



<http://www.ouldbostami.ahlamontada.net>

# الإعلان عبر الأنترنت

:



:

2005 / 2004 :



:

(Software)

(Hardware)

:

(Communication networks)

...

-

-

.

1

.

.

"

"

"

"

-

-

"

"

.

.....

.

.

.

.

||

||

.

...

...

2

(10 )

.

.

.

-

-

...

.

---

<sup>2</sup>- طلعت أسعد عبد الحميد : التسويق الفعال : كيف تواجه تحديات القرن 21 ، ص : 567 .

.

:

.

:

(... )

-1

( )

-2

-3

-4

-5

.

.

:



:

-1

(Advertisement – Annonce)

" :

3 "

( Advertising – publicité )

" :

4 "

" :

5"

" :

6 "

---

<sup>3</sup> - أحمد زكي بدوي : معجم مصطلحات الإعلام : انجليزي – فرنسي – عربي ، الطبعة الثانية ، ص : 11.

<sup>4</sup> - نفس المرجع ، ص : 12 .

<sup>5</sup> - عبد الجبار منديل الغانمي : الإعلان بين النظرية و التطبيق ، الطبعة الأولى ، ص : 22 .

<sup>6</sup> - محمد فريد الصحن : الإعلان ، ص : 14.

.

( )

( )

.

...

.

: -2

—

—

. ( INTERNET )

( Interconnection of Net Works )

.

" :

NSFNET- )

( WestNet...

7 "

" :

( Wide Area Net

. 8 " (NET)

(WAN)

Work )

" " " :

9 "

:

: ( E-Mail)

-

:( World Wide Web – Web-) ( )

-

: ( Downloads)

-

: ( Chat) :

-

<sup>7</sup> - مفتاح محمد دياب : معجم مصطلحات : نظم و تكنولوجيا المعلومات والاتصالات : انجليزي - عربي ، الطبعة الأولى ، ص : 94.

<sup>8</sup> - ألان سيمبسون : الأنترنت استعداد و انطلق ، ترجمة : مركز التعريب و البرمجة ، الطبعة الأولى ، ص : 13.

<sup>9</sup> - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، الطبعة الأولى ، ص : 30 .



10

.

...

.

:

.

"

"

:

" :

...

11 "

:

" :

]

<sup>10</sup> - ألان سيمبسون : م . س . ذ ، ص ص : 15 ، 16 .

<sup>11</sup> - نائل عبد الحافظ العواملة : أساليب البحث العلمي : الأسس النظرية و تطبيقاتها في الإدارة ، الطبعة الأولى ، ص :

:

:

-1

»

.

13 «

.

»

»

: «

:

14 «

.

: «

:

15 «

.

---

<sup>12</sup> - محيي محمد مسعد : كيفية كتابة الأبحاث و الإعداد للمحاضرات ، الطبعة الثانية ، ص : 33 .

<sup>13</sup> - عمار بوحوش ، محمد محمود الذنبيات : مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث ، الطبعة الثالثة ، ص : 139

<sup>14</sup> - أحمد بن مرسل : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ص ص : 286 ، 287 .

<sup>15</sup> - نفس المرجع ، ص : 290 .

2 - :

( )

"

" 16

"

" 17

( ... )

:

1 - : ( )

:

---

<sup>16</sup> - محبى محمد مسعد : كيفية كتابة الأبحاث و الإعداد للمحاضرات ، م . س . ذ ، ص : 35 .  
<sup>17</sup> - أحمد حسين الرفاعي : مناهج البحث العلمي : تطبيقات إدارية و اقتصادية ، الطبعة الثانية ، ص : 129 .

:

.

:

-2

" :

18 "

-

-

.

" :

19 "

.

.

.

.

:

:

-1

.

---

<sup>18</sup> - محيي محمد مسعد : كيفية كتابة الأبحاث و الإعداد للمحاضرات ، م.س. ذ ، ص : 39 .  
<sup>19</sup> - طاهر مرسي عطية : إعداد رسائل الماجستير و الدكتوراه ، ص : 111 .

$\vdots$ 
 $\vdots$ 
 $\vdots$ 
 $-2$ 
 $-$

$\vdots$ 
 $\vdots$ 
 $-$

$\vdots$ 
 $-$ 
 $-$

$\vdots$ 
 $(\dots)$ 
 $-1$ 
 $\vdots$ 
 $-2$ 
 $\vdots$

-

.

-

.

-

.

-

.

-3

.

(

)

.

-4

.

( CERIST)

"

"

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

-

-

2001/ 2000

.

"

"

...

:

.

:

:

-

-1

-2

-3

-4

-5

:

-

-1

-2

-3

-4

:

:

.( )

:

-

:

-

:

-

.

:

)





.

:

:

:

:

-

.

:

:

:

:

:

:

:

:

:

:

:

:

:

-

-

-

:

:

-

:

:

-1

- 2

- 3

:

.

...

:

:

-1

.

-2

.

.

:

:

:

:

-1

...

: -2

....

: -3

....

:

: -4

:

:

-5

.

:

-6

:

....

:

...

.

:

:

-

:

:

:

:

-

.

1994

:

-

.

.

:

.

:

:

:

-1

-2

-3

-4

:

.

-

. 45 15

-

.

-

.

-

:

-

.

:

-

....

( )

-

.

-

.....

:

20

:

...

.

-

-

-

...

-

-

.

.

"

"

.

( 176)

.

.

CERIST

2002/2001

( CERIST)

:

:

-1

-2

:

-1

-2

-3

:

-1

-2

:

-1

-2

-3

-4

-5

-





.

" .  
.

"

.

:

-

-

-

:

:

(50)

(150)

.

:

:

.

...

.

.

:

:

:

:

:

:

:

:

.

:

:

:

:

.

:

:

( )

:

-

.

( 35) ( 26)

-

.

-

.

.

-

-

.

"

:

"

198

-

- 285

.

.

.

:

:

<http://www.ouldbostami.ahlamontada.net>

⋮  
⋮  
⋮

.

.

.

⋮

—

⋮

⋮

2001

—

.

.



: -2

-3

:

:

-1

-2

-3

"

"

:

-1

-2

-3

.

.

:

.

.

:

-

-

-

( 21)

:

( %1,49)

:

.

.

.

....

....

.

.

.

.

.

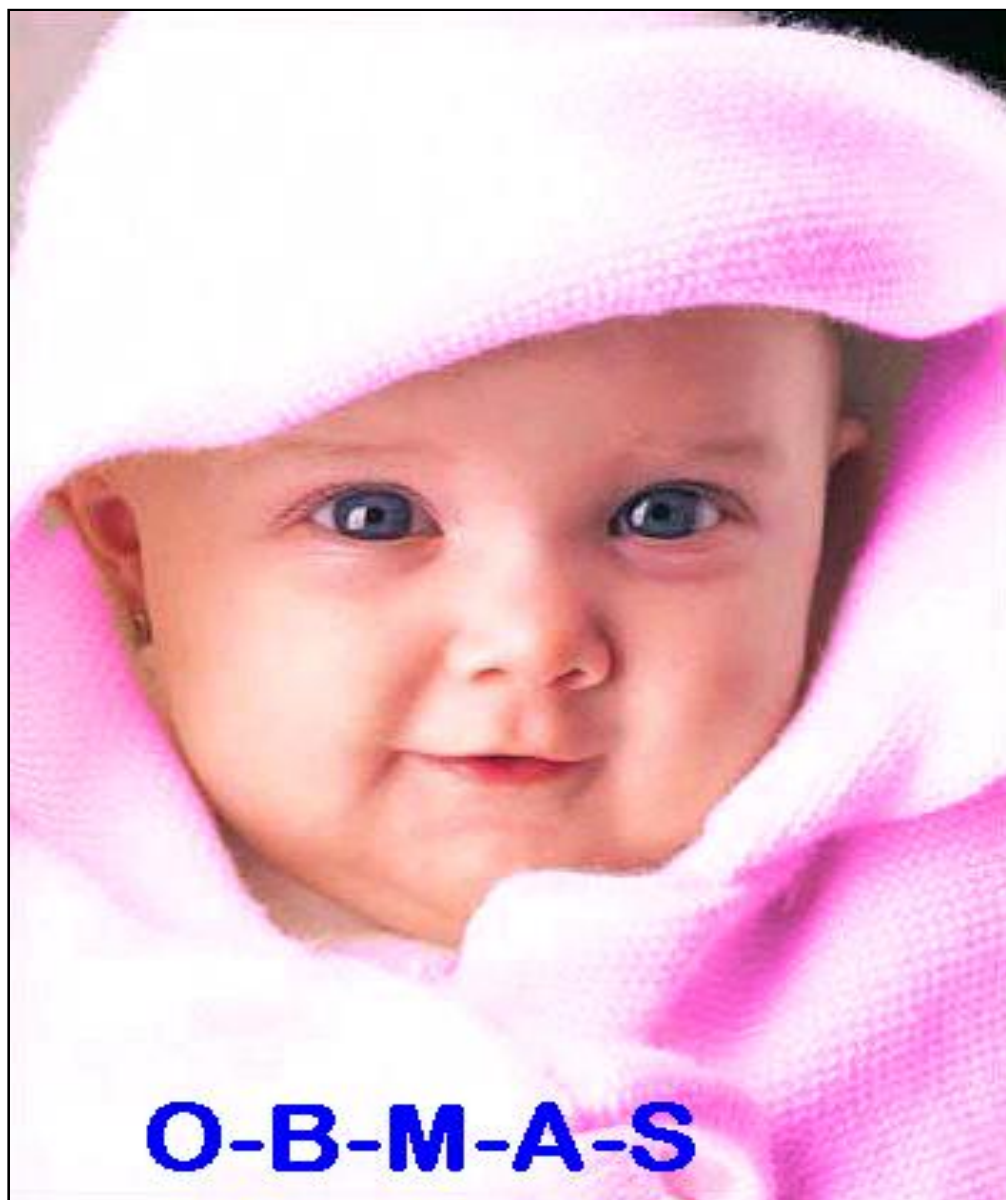
.

-

-

.





⋮

⋮

—

⋮

⋮

⋮

⋮

—

⋮

⋮

⋮

—

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

—

⋮

⋮

⋮

—

⋮

⋮

⋮

⋮

—

⋮

⋮

⋮

⋮

—

:

•

•

•

•

---

•

•

• •

• •

---

•

•

•

•

• •

•

•

---

•

•

•

:

---

•

•

:

•

•

---

•

•



# الفصل الأول

## الوسائل الإعلانية التقليدية

:

-

-

:

-

.

-

.

-

<sup>1</sup>

.

-

:

-

.

.

.

-

.

-

.

---

<sup>1</sup> - عبد الجبار منديل الغانمي : م.س. ذ ، ص : 55 .



⋮

•

•

•

—

—

•

•

•

•





---

:

:

-

:

-

.

1

:

-

...

-

-

-

-

---

<sup>1</sup> - القاضي أنطوان الناشف : الإعلانات و العلامات التجارية بين القانون و الاجتهاد ، ص ص : 23 ، 24 .

---

:

.

.

.

" :

"

"

:

"

-

-

-

-

- :

-

1

-

:

---

<sup>1</sup> - ص : 83 .

1 .

" " " "

( 150)

2 .

1996

( 22000)

3 .

: -2

.

" :

4 "

.

:

-

...

---

<sup>1</sup>- p, AMEREIN. D, BARCZYK . R, EVRARD . et autres : Op. cit , p : 327 .

<sup>2</sup>- دان شيلر : " طفليات في واقعنا اليومي " / [http: //www.mondiploar.com](http://www.mondiploar.com)

<sup>3</sup>- p, AMEREIN. D, BARCZYK . R, EVRARD . et autres : Op. cit , p: 327 .

<sup>4</sup>- Loc .cit .

1630

2 "

"

"

"

3 1840

" wp":

" "

" " " "

4

: -3

<sup>1</sup> - محمد فريد الصحن : م . س . ذ ، ص : 300 .

<sup>2</sup> - Bernard CATENELAT , André CADET : Publicité et Société , p : 34 .

<sup>3</sup> - عبد الجبار منديل الغانمي : م . س . ذ ، ص : 92 .

<sup>4</sup> - دان شيلر : " طفيليات في واقعنا اليومي " / [http : //www.mondiploar.com](http://www.mondiploar.com)

.

1 .

-4 :

:

... :

2 " "

-5 :

.

3 .

---

<sup>1</sup> - عبد الجبار مندبيل الغانمي : م . س. ذ ، ص ص : 89 ، 91 .  
<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص : 96 .  
<sup>3</sup> - نفس المرجع ، ص : 98 .

(COLLEY) " "

.

" :

1 "

.

:

-1

.

-2

.

-3

.

-4

.

2

.

-5

:

-1

:

:

-

-

-

-2

:

-

-

-

-

<sup>1</sup> - بشير عباس العلاق ، علي محمد ربابعة : م . س . ذ ، ص : 171 .

<sup>2</sup> - محمد فريد الصحن : م . س . ذ ، ص : 91 .

-3

:

-

-

-

-4

:

-

...

-

-5

:

-

-

1

:

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص ص : 95 ، 100 .

:

. :  
:  
:  
:  
:  
-  
-1

.

.  
-

-

(178421)  
1981 1938 (1817140) 1920  
1 (3000 000 )  
:  
-2



.

.

.

:

**-3**

.

.

:

-

.

-

.

.

:

**-4**

" " .

" "

2000 \*

( 80 ) " "

2

(70 000)

3

- 
- <sup>1</sup> - دان شيلر : " طفيليات في واقعنا اليومي " / <http://www.mondiploar.com> / \* بهذا الصدد انظر : الرائد : معجم لغوي عصري ، الجزء الثاني ، الطبعة الثالثة ، ص : 1637 .
- " يوبيل في الأصل ذكرى مرور خمسين سنة على حدث شخصي ، أو عام
- اليوبيل الفضي : ذكرى مرور 25 سنة
  - اليوبيل الذهبي : ذكرى مرور 50 سنة
  - اليوبيل الماسي : ذكرى مرور 75 سنة "
- <sup>2</sup> - دان شيلر : " طفيليات في واقعنا اليومي " / <http://www.mondiploar.com>
- <sup>3</sup> - عبد الجبار منديل الغانمي : م . س . ذ ، ص : 40 .

---

•

•

—



•

•

•

-1

• • •

•

• •

**-2**

• • •

•

• • • •

• •

-3

•

(20.000 ) 2000 " "

1 " "

1996 1950

2

-1 :

<sup>1</sup> - دان شيلر : " طفلييات في واقعنا اليومي " / <http://www.mondiploar.com>  
<sup>2</sup> - نفس المرجع .

-  
-

1

:

-

-

-

2

-2

:

1911

<sup>1</sup> - عبد السلام أبو قحف : محاضرات في هندسة الإعلان ، ص : 64 .  
<sup>2</sup> - منى الحديدي : الإعلان ؟ ، الطبعة لأولى ، ص : 59 .

1

2

1914

1928

3

1935

4

5

(10)

1937

30

:

-

-

<sup>1</sup> - : 159.

<sup>2</sup> - خليل صابات : م.س. ذ ، ص : 294 .

<sup>3</sup> - منى الحديدي : م.س. ذ ، ص : 159.

<sup>4</sup> - هويدا مصطفى : الإعلان في الأنظمة الإذاعية المعاصرة ، الطبعة الأولى ، ص ص : 137 ، 138 .

<sup>5</sup> - نفس المرجع ، ص ص : 153 ، 154 .

-

-

-

-

-

,

1

2

:"

3 "

<sup>1</sup> - القاضي انطوان الناشف : م.س.ذ ، ص ص : 69 ، 71 .

<sup>2</sup> - دان شيلر : " طفليات في واقعنا اليومي " / <http://www.mondiploar.com>

<sup>3</sup> - Jean – Marc DECAUDIN : La Communication Marketing : Concepts , Techniques, Stratégies , 2<sup>e</sup> édition ,  
P : 240 .

:

.

:

-

:

-

1

.

.

( La coste) "

2

.

:

:

.

:

:

:

**-1**

3

.

---

<sup>1</sup> - : 61 . . .

<sup>2</sup> - Jean – Marc DECAUDIN : Op.cit , P : 242 .

<sup>3</sup> - خليل صابات : م . س . ذ ، ص : 27 .



1

2

"

"

\*

"

"

...

"

"

3

...

....

<sup>1</sup> - عبد الجبار منديل الغانمي : م.س. ذ ، ص : 15.

<sup>2</sup> - بشير عباس العلاق ، علي محمد ربابعة : م .س. ذ ، ص : 147.

\* بهذا الصدد انظر : أبادي الفيروز : ترتيب القاموس المحيط ( ترتيب : أحمد الزاوي ) ، الجزء الرابع ، ص : 251

" المصيصة : مصيصة الثري : الندي من التراب و الرمل ، و المصيصة : القصعة "

<sup>3</sup> - خليل صابات : م.س. ذ ، ص : 28 .

...

-2

:

"

"

"

"

1631

1482

1622

<sup>1</sup>

( The weekly news ) "

"

1650

(12)

<sup>2</sup>

1655

1657

"

"

1704

(The Boston News Letter)

<sup>3</sup>

<sup>1</sup>- Bernard CATENELAT , André CADET : Op.cit , P : 34 .

<sup>2</sup>- بشير عباس العلق ، علي محمد رابعة : م.س. ذ ، ص : 148 .

<sup>3</sup>- خليل صابات : م.س. ذ ، ص : 31 .

-3

1875 1905  
2

1930<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> - Bernard CATENELAT , André CADET : Op.cit , P : 35.

<sup>2</sup> - بشير عباس العلق ، علي محمد ربابعة : م.س. ذ ، ص : 149 .

<sup>3</sup> - : 39 .

⋮

⋮

—

.

—

.

—

.

—

.

—

.

⋮

.

.

:

:

.

:

**-1**

.

:

**-2**

:

:

:

-

.

:

-

.

:

-

<sup>1</sup>

. . . .

---

<sup>1</sup>- p, AMEREIN. D, BARCZYK . R, EVRARD . et autres : Op. cit , p: 324 .

⋮

⋮

...

⋮ "

1 "

2

⋮

⋮ -1

3

---

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ، الطبعة الأولى ، ص : 44 .  
<sup>2</sup> - عبد الجبار منديل الغانمي : م . س . ذ ، ص : 138 .  
<sup>3</sup> - اسماعيل السيد : الإعلان ، ص : 299 .

1

•

•

•

•

•

•

• •

• •

...

:

•

•

•

•

•

2- نفس المرجع ، ص : 344 .

<sup>3</sup> - نفس المرجع ، ص : 345 .

4- اسماعيل السيد : م. س. ذ ، ص : 299 .

---

:

.

.

.

:

:

**-1**

:

:

...

.

( 60 ) ( 70 % )<sup>1</sup> .

...

.

:

-

:

:

-

.

---

<sup>1</sup> - سارة وايت : أساسيات التسويق ، ترجمة : خالد العامري ، الطبعة الأولى ، ص : 288 .



62

:

■

•

•

•

•

—

$$\vdots$$

---

( % 27 )

1

:



•



/

•

•


$$\vdots$$

•

---

• • • •

•

•

---

•

•

—

•

•

---

2

<sup>1</sup> - بشير عباس العلاق ، علي محمد ربابعة : م . س . ذ ، ص : 290 .

2- محمد فريد الصحن : م . س . ذ ، ص ص : 186 ، 187 .

:

-

:

-

.

-

-

<sup>1</sup>

(% 50)

.

-

.

.

.

:

-

---

<sup>1</sup> - عبد السلام أبو قحف : م . س . ذ ، ص : 196 .

:

3	5	12	11	2	1
7	14	20	19	10	4
8	16	24	23	15	6
13	18	22	21	17	9

1	2	11	12	5	3
4	10	19	20	14	7
6	15	23	24	16	8
9	17	21	22	18	13

2

( 1 )

(24)

(1)

<sup>1</sup> - خليل صابيات : م . س . ذ ، ص : 187 .  
<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص : 189 .

.

1

.

( 60 % )

( 40 % )

2

.

— :

:

▪ :

...

▪ :

▪ :

...

— :

3

.

:

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد : م . س . ذ ، ص ص : 44 ، 45 .  
<sup>2</sup> - خليل صابات : م . س . ذ ، ص ص : 225 .  
<sup>3</sup> - سارة وايت : م . س . ذ ، ص ص : 283 .

-

:

...

.

-

( ... - )

<sup>1</sup>

.

( 94 % )

<sup>2</sup>

.

-

<sup>3</sup> ( 60 % ) ( 6 % )

:

-

\*

.

<sup>4</sup>

.

---

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص : 287 .

<sup>2</sup> - عبد السلام أبو قحف : م .س. ذ ، ص : 200 .

<sup>3</sup> - خليل صابات : م .س. ذ ، ص : 226 .

\* بهذا الصدد انظر : خليل صابات : م .س. ذ ، ص : 225 .

"

"

<sup>4</sup> - نفس المرجع ، ص : 227 .

" "

1

" "

.

.

:

.

.

3 1722 2 ( 3000 )

.

" :

4 "

<sup>1</sup> - نفس المرجع ،ص : 224 .

<sup>2</sup> - عبد السلام أبو قحف : م .س. ذ ، ص : 253 .

<sup>3</sup> - Bernard CATENELAT , André CADET : Op.cit , P : 34 .

<sup>4</sup> - طلعت أسعد عبد الحميد : م .س. ذ ، ص : 520 .

:		
		-
1		
		-
:		
	2 "	" :
		-
3		
:		-1
4		

---

<sup>1</sup> - خليل صابات : م.س. ذ ، ص : 170 .  
<sup>2</sup> - نفس المكان .  
<sup>3</sup> - محمد فريد الصحن : م.س. ذ ، ص : 193 .  
<sup>4</sup> - عبد السلام أبو قحف : م.س. ذ ، ص : 257 .



.....

- :

.

.

1 .

- :

.

.

2 .

- :

" "

3

.

---

<sup>1</sup> - عبد الجبار منديل الغانمي : م.س. ذ ، ص : 149 .

<sup>2</sup> - خليل صابات : م.س. ذ ، ص : 168 .

<sup>3</sup> - : 83 .

1

:-

:

:-

:-

2

-2 :-

:

<sup>1</sup> - بشير عباس العلاق ، علي محمد ربابعة : م . س . ذ ، ص : 301 .  
<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص : 302 .

-

.

-

.

-

(24)

.

-

1

.

:

:

-

.

-

...

.

---

<sup>1</sup>- Jean – Marc DECAUDIN : Op.cit , P : 272 .

•

. 204 : . . : -<sup>4</sup>

:

"

:

[ ]

-

-

-

.<sup>1</sup> "

( 100 ) (70)

( 300 ) (200)

.<sup>2</sup>

.<sup>3</sup>

:

**-1**

:

:

-

( %15 )

---

<sup>1</sup> - : 562 .

<sup>2</sup> - : 294 .

<sup>3</sup> - أحمد محمد المصري : م . س . ذ ، ص : 82 .

- :

.

- :

...

- :

.

- :

...

-2 :

:

-

<sup>1</sup> - طلعت أسعد عبد الحميد : م . س . ذ ، ص : 56 .

<sup>2</sup> - Jean – Marc DECAUDIN : Op.cit , P : 110 .

<sup>3</sup> - طلعت أسعد عبد الحميد : م . س . ذ ، ص ص : 560 ، 561 .

---

-

-

-

-

-

-

-

-

.

1

---

<sup>1</sup> - بشير عباس العلق ، علي محمد ربابعة : م .س. ذ ، ص : 298 .

-

...

:

.

.

.

.

-

-

.

:

.

- 1

- 2

.

- 3

.

.



1 .

:

- 1 :

.

-2 :

-

-

.

- 3 :

2 .

.

:

:

( )

"

"

1920

:

---

<sup>1</sup> - : 347 350 .

<sup>2</sup> - اسماعيل السيد : م . س . ذ ، ص ص : 300 ، 301 .

1925

1

.

(F M)

.

.

2

.

:

-1

:

.

:

-

3

.

( 125 )

:

.

---

<sup>1</sup> - منى الحديدى : م . س . ذ ، ص : 76 .

<sup>2</sup> - محمد عبد الحميد : م . س . ذ ، ص : 47 .

<sup>3</sup> - بشير عباس العلاق ، علي محمد ربابعة : م . س . ذ ، ص : 313 .



: -

.

: -

.

.

: - 2

:  
:

-

.

-

...

.

-

.

-

.

-

.

-

-

-

-

-

:

( 1

1

<sup>1</sup> - طلعت أسعد عبد الحميد : م.س. ذ ، ص : 521 .

<sup>1</sup>( % 98)

( % 99)

2

3 ( 7)

1941

4

( 27,8 ) 1999

5 2004 ( 40,6)

" ( Danone) " :

" (Henkel) " " (Palmolive) " " ( Colgate)  
6 ( % 80) (Procter and Gamble)

(Téléachat)

...

7

-1 :

<sup>1</sup> - سارة وايت : م. س. ذ ، ص : 338 .

<sup>2</sup> - بشير عباس العلاق ، علي محمد ربابعة : م. س. ذ ، ص : 303 .

<sup>3</sup> - سارة وايت : م. س. ذ ، ص : 338 .

<sup>4</sup> - منى الحديدي : م. س. ذ ، ص : 79 .

<sup>5</sup> - دان شيلر : " طفيليات في واقعنا اليومي " / <http://www.mondiploar.com>

<sup>6</sup> - Jean – Marc DECAUDIN : Op.cit , P : 267 .

<sup>7</sup> - خليل صابات : م . س. ذ ، ص : 240 .

:

:

■

:

—

.

:

—

.

:

—

.

:

—

.

:

—

.

:

—

.

:

■

:

—

• •

• •

•

•

:

:

• •

1

2

11

11

<sup>1</sup> - محمد فريد الصحن : م.س.ذ. ، ص ص : 201 ، 203 .

2- ص: 131.



		-
.		-
		-
	.	-
(10 )		-
	(30)	(60)
1		
.	:	-2
:		-
		-
2	( 90 % )	-
.		-
.		-
	.	-
.		-
.		-

<sup>1</sup> - سارة وايت : م . س . ذ ، ص : 345 .  
<sup>2</sup> - طلعت أسعد عبد الحميد : م . س . ذ ، ص : 522 .

:

(2

1895

1 " "

<sup>1</sup> - منى الحديدي : م.س. ذ ، ص : 85 .

---

-1

:

1

.

-2

:

:

:

:

2

.

---

<sup>1</sup> - بشير عباس العلاق ، علي محمد ربابعة : م.س.ذ ، ص : 309 .  
<sup>2</sup> - عبد الجبار منديل الغانمي : م.س.ذ ، ص : 148 .

:	
:	
:	
-	
.	
-	
.	
-	
.	
:	
:	
...	
1	
.	
:	
-1	
.	
-2	
....	
-3	
.	

---

<sup>1</sup> - محمد فريد الصحن : م . س . ذ ، ص ص : 179 ، 180 .

1

.

:

-

.

:

.

-

...

...

:

:

.

:

:

-1

---

<sup>1</sup>- p, AMEREIN. D, BARCZYK . R, EVRARD. et autres : Op. cit , p: 342 .

.	:	- 2
.	:	-3
.	:	- 4
	...	
.	:	-
.	:	-
.	:	

:

:

**-1**

...

.

:

**- 2**

.

.

.

:

**- 3**

.

---

1

.

:

:

-1

:

.

.

2

.

:

-2

3

.

---

<sup>1</sup> - عبد الجبار منديل الغانمي : م . س. ذ ، ص ص : 202 ، 209 .

<sup>2</sup> - محمد فريد الصحن : م . س. ذ ، ص : 181 .

<sup>3</sup> - بشير عباس العلاق ، علي محمد ربابعة : م . س. ذ ، ص : 279 .



1 .

-4 :

2 .

3 .

-5 :

.

4 .

:

" :

---

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص : 282 .  
<sup>2</sup> - محمد فريد الصحن : م . س . ذ ، ص : 182 .  
<sup>3</sup> - اسماعيل السيد : م . س . ذ ، ص : 258 .  
<sup>4</sup> - بشير عباس العلاق ، علي محمد ربابعة : م . س . ذ ، ص : 284 .

:

.

:

.

:

.

:

.

.

---

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص : 16 .

⋮

•

•

**-1**

•

$$\cdot \quad (30)$$

( 10)

•

**-2**

•

•

•

•

1

<sup>1</sup> - اسماعيل السيد : م . س . ذ ، ص ص : 260 ، 267 .

---

:

·

“ ” “ ” “ ” “ ”

1993 19

1991 15 : (18000)

:

1992 14

[ ] -

·

-

( 19 )

( 11 )

( ) -

·

( % 8 8 ) ( % 32 )



<sup>1</sup> - خليل صابات : م . س . ذ ، ص : 228 .  
<sup>2</sup> - : : : : 98 .

⋮

•

•

•

– (média mix)

–

•

•



## الفصل الثاني

# الوسائل الإعلانية الرقمية





:

:

★ "

"

AVERTISSEMENT AVIS

"

ADVERTISEMENT NOTICE

.

1 " ...

1883 1819 : ...

...

.

.

-

-

.

---

\* بهذا الصدد انظر : خليل صابات : م.س. ذ ، ص : 9 .  
" أول عربي يعرف الإعلان و أول ما نادى بتعليم المرأة ، و لد بلبنان ، و أصدر بعض الصحف بها ، من مؤلفاته " قاموس محيط المحيط "  
و " دائرة المعارف " "  
1- خليل صابات : م.س. ذ ، ص : 9 .

---

:

(150)

1

(25)

"

"

"

"

2 "

"

:

.

...

:

(interactivité)

.

:

:

"

"

3

.

---

<sup>1</sup> - Francis BALLE : Média et Société , 9<sup>e</sup> édition , p : 183 .

<sup>2</sup> - ص : 9 .  
<sup>3</sup> - نفس المرجع ، ص : 10 .

---

:

:

.

-

...

:

-

.

( personal computer)

-

<sup>1</sup> ...

-

(multimédia en ligne)

.

(Informatique) :

(Télécommunication)

(Média)

(Francis BALLE) "

"

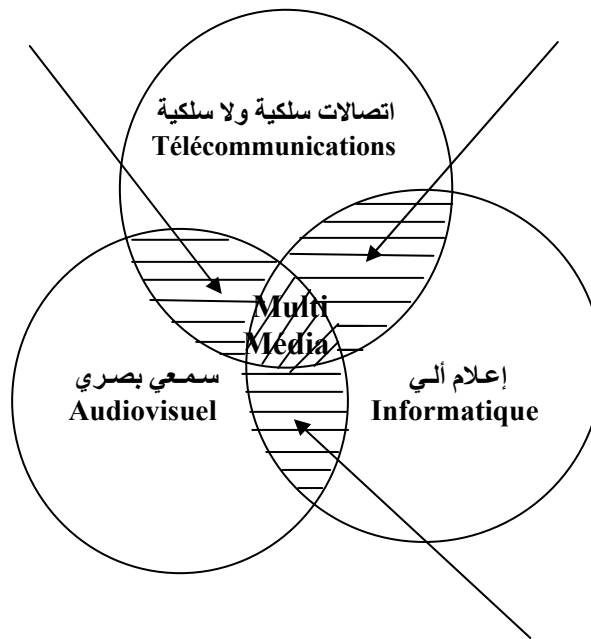
:

---

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص : 14 .

1975: la télédistribution

1980 : la télématique



1985 : la numérisation des images et du son

1

:

( 2 )

" :

. 2 "

<sup>1</sup> - Francis BALLE : Op. cit , p : 181 .

<sup>2</sup> - IBID , p : 689 .

---

(linéarité)

(Hypertextes) "

"

" "

" " " " " .

" "

" "

" "

. (inter-textualité) "

1

(Hypermédias)

2 (Tout en un) "

" " "

:

---

<sup>1</sup> - نبيل علي : الثقافة العربية و عصر المعلومات ، ص : 100 .

<sup>2</sup> - Francis BALLE : Op. cit , p : 689 .

---

:

.

:

:

.

( )

( )

" — — "

(500)

"

"

1

---

<sup>1</sup> - نبيل علي : م.س. ذ ، ص : 390 .

---

1  
...

( La télévision interactive )  
2000  
( La télévision enrichie )

2  
.

” ”

3  
...

....

---

<sup>1</sup> - Philip KOTLER et autres : L'Art du Marketing : concepts et pratique du marketing par les grands spécialistes internationaux , traduction : translations paris , p : 315 .

<sup>2</sup> - Francis BALLE : Op. cit , p : 454 .

<sup>3</sup> - محمد لعقاب: مجتمع الإعلام و المعلومات ( أطروحة دكتوراه دولة ) ، ص : 144 .

1

.

2003	– 2004	15	–
	(6,9 )	( 4,5 )	
2008	(10,8 )	(8,8 )	

2

.

2008			
3 2003	( % 18,5 )	(% 40 )	

:

( DAB )

.

. ( Digital Audio Broadcasting )

(CCETT)

4 " " " " " (IRT)

<sup>1</sup> - Philip KOTLER et autres : Op . cit , p : 316 .

<sup>2</sup> - أسرة التحرير : " التسوق عبر التلفزيون يتضاعف في أوروبا بحلول 2008 " ، جريدة **الفجر** ، العدد : 1197 ،

16 سبتمبر 2004 ، ص : 7 .

<sup>3</sup> - نفس المكان .

<sup>4</sup> - محمد لعقاب : مجتمع الإعلام و المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 145 .



1

:

(CD-ROM)

:

Compact Disc : CD -

Read Only Memory : ROM -

12

" :

30

20

1,2

2 "

\*

(650 )

(460)

(74)

(270.000 )

3

(3,5 )

<sup>1</sup> - Philip KOTLER et autres : Op . cit , p : 316 .

<sup>2</sup> - Pierre DESMET et Alfred ZEYL : le CD ROM porte du multimédia pour le marketing , p : 9.

\* أحمد قادري : مهندس دولة في الإعلام الآلي ، مقابلة أجرتها الباحثة مع السيد أحمد قادري يوم : 2004/02 / 19 بمقر مكتبه للدراسات في مجال الإعلام الآلي - المدية -

" يمثل الميغاأوكتي مليون أوكتي ، و 1 أوكتي هو كلمة من 8 بيت ، و 1 بيت هو وحدة لمعلومة تساوي 0 أو 1 . "

<sup>3</sup> - فرانسوا لسلي ، نقولا ماكريز : وسائل الاتصال المتعددة " ميلتيميديا " ، ترجمة : فؤاد شاهين ، الطبعة الأولى ، ص : 17 .

"	"		
	1982	"	"
1985			(CD)
. <sup>1</sup> (		)	
	:		
	: (CD Audio)		-1
" (HITACHI) "	" (PHILIPS) "		1982
.(Discman) "	" (IVC) "	" (SONY)	
	:(Cédérom)		-2
	:		
" : 1985	...		
.(TOCHIBA) "	" (APPLE) "	" (SONY) "	" (PHILIPS)
	: ( CD-Rom eXtended Architecture ) Xa		-3
	( )		1988
.			
" :	: (CD-I)		-4
			1991
.			
	: ( CD-Photo)		-5
:			1992

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص : 55 .

30	: (CDV)	-6
CD		
	. <sup>1</sup> 1992	
: (DVD) (	)	-7
(Digital Vidéo Disc)	(Digital Versatile Disc)	
	(133)	
	( 32)	
	(DVD)	
	(0,65)	(18 ) (4,7 )
		(27) (7)
. <sup>2</sup> ( 4/3 )	( 16/9)	(VHS)
	:	
	:	-1
	...	
	:	-2
	:	-3

<sup>1</sup> - Francis BALLE : Op. cit , p : 690 .

<sup>2</sup> - فرانسوا السلي ، نقولا ماكريز : م.س. ذ ، ص : 56 .

---

(Chargeurs)	...
( 3000 )	1995
<sup>1</sup> . (110 )	

"	"
(% 94 )	1995
<sup>2</sup> .	




---

<sup>1</sup> - Pierre DESMET et Alfred ZEYL : Op .cit , p : 61 .

<sup>2</sup> - محمد لعقاب : مجتمع الإعلام و المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 123 .

•  
•

“ ”

— —

...

“ ” . “ ”

.

— —

.

.



---

:

-1 :

-2 :

1

:

:

—

—

(Modem) " "

—

—

—

. ( ... Compuserve America on line , Microsoft net work ) :

:

**: (Internet Access Providers – IAP) -1**

( E- Mail )

**: ( les services en ligne ) -2**

---

<sup>1</sup> - فهد بن عبد الله اللحيدان : الأنترنت INTERNET : شبكة المعلومات العالمية ، الطبعة الأولى ، ص : 31 .

( les fournisseurs d'accès haut debit)

...

. (IAP)

.<sup>1</sup>

(ISP)

.<sup>2</sup> 1999

( point to point – ppp )

(TCP/IP)

.

:

:

-

.

-

.

-

-

. ( uniform resource locator – URL) " "

" " -

( Domain Name System – DNS)

207.182.15.50 :

<sup>1</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : Op . cit , p : 229.

<sup>2</sup> - IBID , p : 230 .



" ( Net work News Transfer Protocol – NNTP) "

( Simple Mail Transfer Protocol- SMTP) "

(Post office protocol - POP) "

1

\*

:

:

: ( électronique – mail : e-mail )

-1

(% 35)

2

<sup>1</sup> - زياد القاضي ، علي فاروق ، محمود سالم ، (و آخرون ) : مقدمة إلى الأنترنت ، الطبعة الأولى ، ص ص : 28 ، 29 .

\* أحمد قادري : مهندس دولة في الإعلام الآلي ، مقابلة أجرتها الباحثة مع السيد أحمد قادري يوم : 19 / 02 / 2004 بمقر مكتبه للدراسات في مجال الإعلام الآلي – المدية -

" يمكن الاستغناء عن طلب عنوان البريد الإلكتروني لأنه غير ضروري ، كما أن السؤال عن عنوان DNS أصبحت طريقة تقليدية (لأن هذه العملية و ما تستوجبها من تحويل إلى أرقام هي من إنجاز المزود ) ، بالإضافة إلى أن السؤال عن NNTP هو غير ضروري الآن و بذلك يكفي طلب عنوان URL مباشرة و URL هو عنوان مصدر يستخدم للتحرك بين مواقع محددة ، وكل مصدر بالأنترنت ( صفحة واب ، ملف صوتي أو صورة ...) يمتلك عنوانا خاصا به "

<sup>2</sup> - Serge GUINCHARD , Michéle HARICHAUX , Renaud de TOURDONNET: Internet pour le droit : connexion – recherche – droit , 2<sup>e</sup> édition , p : 55 .

( temps réel)

.

:

.

-

-

.

-

1

( 25)

:

-

....

\*

-

(temps réel)

-

(Asynchrone)

<sup>1</sup> - طلعت أسعد عبد الحميد : م . س. ذ ، ص : 569 .

\* بهذا الصدد انظر : طلعت أسعد عبد الحميد : م . س. ذ ، ص ص : 598 ، 599 .

" القوائم البريدية ( mailing-lists ; les listes de diffusion ) : تمثل مجتمع من مستخدمي الإنترنت ، اختار أعضاؤه الاشتراك في هذه القوائم بمحض إرادتهم ، وهي ذات درجة عالية من الأوتوماتيكية ، إذ يمكن لمستخدم الإنترنت الاشتراك فيها أو إلغاء اشتراكه في أي وقت وفي حالة قوائم المناقشة يتم توزيع البريد الإلكتروني المرسل لمشارك معين على جميع المشتركين بطريقة أوتوماتيكية .

و القوائم البريدية عدة أنواع :

- قوائم النشر : للحصول منها على المعلومات و الأخبار .
- قوائم المناقشة : تثار فيها موضوعات مختلفة عن طريق E-mail
- قوائم مجانية للجميع .
- قوائم فردية و مصنفة بنظام الـ : Digests " .

## : ( Browsers)

-2

(Gopher )

(Archie )

. <sup>2</sup> ( file transfer protocol - FTP)

( world wide web : www )

( hyper text markup

) langage : html )

Mosaic – Netscape – ... ) : (Navigateurs)

(...

(Microsoft Explorer

3

(URL)

4

---

<sup>1</sup> - André BERTRAND , Thierry Piette COUDOL : Internet et le droit , 1<sup>è</sup> édition , p : 17 .

<sup>2</sup> - وائل أبو مغلي ، باسل شفيق ، مراد شلباية : مقدمة إلى الأنترنت ، الطبعة الأولى ، ص : 14 .

<sup>3</sup> - André BERTRAND , Thierry Piette COUDOL : Op . cit , p : 18 .

<sup>4</sup> - محمد محمد الهادي : تكنولوجيايات الاتصالات و شبكات المعلومات مع معجم شارح للمصطلحات ، الطبعة الأولى ، ص : 227 .

\* أحمد قادري : مهندس دولة في الإعلام الآلي ، مقابلة أجرتها الباحثة مع السيد أحمد قادري يوم : 19 / 02 / 2004 بمقر مكتبه للدراسات في مجال الإعلام الآلي – المدية -

Unix user ) Usenet News .

(Net Work

. <sup>1</sup> \* " la netiquette :

. <sup>2</sup>

( Bit net ) " "

" " .

. <sup>3</sup> ...

" "

( Public Electronic

1990

(Rogers)

" la netiquette : هي مجموعة من القواعد و القوانين الذاتية المتفق عنها مسبقا من قبل مستخدمي موقع معين ، و يجب الخضوع لها و احترامها و هي كثيرة الاستخدام خصوصا في مجموعات النقاش ؛ فقد يفرض مثلا صاحب موقع نقاش على رواد هذا الأخير بعض الشروط التي يراها تخدم سير الموقع ، مع الاتفاق على عدم تجاوزها أو اختراقها ، بما أنها أصبحت بمثابة قانون "

<sup>1</sup> - Francis BALLE : Op. cit , p : 177 .

<sup>2</sup> - فهد بن عبد الله اللحيدان : م . س . ذ ، ص : 41 .

<sup>3</sup> - نفس المرجع ، ص : 42 .

( 13)

(% 60 )

( % 95 )

( 2500)

<sup>1</sup>

: ( **Files Transfer Protocol – FTP**)

**-4**

)

(

(Login Name )

( ( Anonymous)

.

<sup>2</sup>

(FTP)

(URL)

." FTP : // "

" http : // "

(LOGIN)

(FTP)

:

( Mot de passe )

<sup>3</sup> . (FTP://login:motdepasse @ftp.protégé.Fr)

:

: ( **Internet Relay Chat – IRC-** )

**-1**

<sup>1</sup> - محمد لطف علي الحميري : التقنيات المعاصرة في الاتصال : المستحدثات و الاستخدامات ( أطروحة دكتوراه دولة ) ، ص : 71 .

<sup>2</sup> - زياد القاضي ، علي فاروق ، محمود سالم ، ( و آخرون ) : م . س . ذ ، ص : 6 .

<sup>3</sup> - Pierre DE RAUGLAUDRE : Internet Explorer : internet mail – internet news –Net meeting , p : 34 .

---

. ( téléconférence)

-2

:

-3

. <sup>1</sup> ( temps réel )

(Communication privée) :

(Communication semi :

:

:

– privée )

<sup>2</sup>

:

( )

"

"

1957

3

" "

( 1957 )

" : ( Advanced Research Project Agency - ARPA)

"

<sup>4</sup>

"

---

<sup>1</sup> - André BERTRAND , Thierry Piette COUDOL : Op . cit , p p : 21 , 22 .

<sup>2</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : Op . cit , p p : 230 , 231 .

. 22 : . . .

:

<sup>3</sup>

<sup>4</sup> - Francis BALLE : Op. cit , p : 190 .

\*(Packet Switching )

" "

" :

" " " " "

( les universités de : UCLA callifornie a Los Angeles - Stanford "

Research institute – L'universite de Santa Barbara- L'universite de L'utah a Salt lake city)

" " 1969

" " <sup>2</sup>(ARPANET)

<sup>3</sup> 1972

<sup>4</sup> (200 ) 1982

( national science

(60) 1983 . foundation – NSF)

5

<sup>1</sup> - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س. ذ ، ص : 23 .

\* بهذا الصدد انظر : مفتاح محمد دياب : م . س. ذ ، ص : 131 .

" طريقة تحويل الحشود أو طريقة نقل حزم البيانات ( Packet Switching ) ، هي طريقة في مجال اتصالات البيانات ، يتم فيها تقسيم البيانات إلى مجموعات أو حزم ، و ترسل إلى المكان النهائي بواسطة مسار سريع جدا ، ونقطة المكان النهائي هي المسؤولة عن إعادة تجميع هذه المجموعات أو الحزم وفق نظام مناسب " .

<sup>2</sup> - Francis BALLE : Op. cit , p : 190 .

<sup>3</sup> - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س. ذ ، ص : 26 .

<sup>4</sup> - Francis BALLE : Op. cit , p : 175 .

<sup>5</sup> - Loc . cit .

: 1974 (TCP/IP)  
 1 (Vinton Cerf et Robert Kahn ) " " " "  
 2 1978  
 (Timothy Bernes – Lee) "  
 3 1989 ( )  
 ( )  
 4 1992  
 " " "  
 1993 "  
 5  
 : -1  
 ( 213 )  
 ( 43230000 ) ( 19540000 )  
 6 1999

<sup>1</sup> - IBID , p : 190 .

<sup>2</sup> - Guy HERVIER : Le Commerce Electronique : vendre en ligne et optimiser ses achats , p : 258 .

<sup>3</sup> - Francis BALLE : Op. cit , p :191.

<sup>4</sup> - : . : 569 .

<sup>5</sup> - وائل أبو مغلي ، باسل شفيق ، مراد شلباية : م . س . ذ ، ص : 13 .

<sup>6</sup> - Francis BALLE : Op. cit , p : 179 .



1	(80)	1998	
	(250)	2000	
3	(800)	2004	2
4			
	( 69 % )		
			( 146 )
	"	"	
	(% 56 )	1999	
	5	2002	( % 67 ) 2001 ( % 64 )
			– 1998
	6	( % 20 )	( % 15 )
7	( 200000 )		
:			
			- 1

<sup>1</sup> – IBID , p : 194 .

<sup>2</sup> – فرانسوا لسلي ، نقولا ماكريز : م . س . ذ ، ص : 12 .

<sup>3</sup> – نبيل علي : م . س . ذ ، ص : 92 .

<sup>4</sup> – François – Xavier HUSSHERR et autres : Op . cit , p : 1 .

<sup>5</sup> – أسرة التحرير : " 146 مليون أمريكي يستخدمون الأنترنت " ، جريدة الجزائر نيوز ، العدد : 30 ، 15 فيفري 2004 ، ص 19 .

<sup>6</sup> – محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 37 .

<sup>7</sup> – François – Xavier HUSSHERR et autres : Op . cit , p : 9 .

( ... - )	-2
.	-3
.	-4
:	-5
. ...	-6
.	-7
.	-8
)	-9
.	-2
:	
:	
.	
-	
Next génération internet ) "	" -
" 2 " "	" ( NGI
:	
Verry high speed backbone ) "	"
. <sup>1</sup>	( Net work Service- VBNS)

<sup>1</sup>- Ministère de l'économie des finances et de l'industrie (France) : la nouvelle donne du commerce électronique ( rapport de la mission commerce électronique , présidé par Francis LORENTZ ) , p : 180 .

---

(NGI) "

"

(vision phonie)

...

(MOBILE)

(NGI)

(20)

(100)

:

.

( University Corporation for Advanced internet Development : UCAID )

(500 000 )

-IBM)

( )

.<sup>1</sup>

(..AT&T

1998

" :

Information Technology Advisory ) "

(Committée

" "

- 2000

- (ALGORE)

---

<sup>1</sup>- Loc . cit .

( 366)

The Twenty First Century – IT2- )

.<sup>1</sup>

(% 28+)

" - . -

" :

(Digital Subscriber Line - DSL -)

( 5,1)

" " (144)

(25) (5,2)

" "

" " (56)

:

<sup>2</sup> ...

:

<sup>1</sup>- IBID , p : 181 .

<sup>2</sup>- أسرة التحرير : " ما هي الخطوط الرقمية للمشاركين ( دي . إس . إل ) " ، جريدة آخر ساعة ، العدد : 1252 ،

30 نوفمبر 2004 ، ص : 17 .



---

: (hyper-organizers) -

: (Archive crawlers) -

<sup>1</sup>

:

(3D)

Virtual Reality ) "

(Modeling language : VRML

<sup>2</sup>

: -2

:

: (virtualité) -

( ) :

...

: (Dynamisme) -

(Statique)

- (one to many)

-

---

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص : 102 .  
<sup>2</sup> - کریستیان کراملیش : م.س. ذ ، ص : 159 .

..

: (Instantanéité) -

. (temps réel) "

"

.

: (Asynchronisme ) -

.

:

:

:

-1

...

.

.

2700 :

2 \*  
(édition on line) "

3

-2 :

---

<sup>1</sup> - فهد بن عبد الله الحيدان : م . س. ذ ، ص ص : 43 ، 44 .  
<sup>2</sup> - محمد محمد الهادي : م . س. ذ ، ص : 26 .  
\* بهذا الصدد انظر : Kamel BEN ELKADI : Internet en " liberté surveillée " , journal

EL WATAN , N° : 4086, 04 Mai 2004 , p : 2 .

" كانت جريدة " الوطن " أول يومية جزائرية مستقلة عرضت على الخط ، و هذا عام 1997 م لتمنح لقرائها فرصة الاطلاع على محتواها خصوصا في الخارج و- لحد تاريخ نشر هذا المقال - تقوم : 24 جريدة في الجزائر بإعداد مواقع لها في الأنترنت " .  
<sup>3</sup> - فهد بن عبد الله اللحيان : م . س. ذ ، ص : 47 .



.

1 .

(interaction) "

"

.

:

-3

...

...

.

"

"

"

"

1996

(téléchirurgie)

( Nigel Murray)

.

1998

19

(cœur ouvert )

"

"

. <sup>2</sup> ( WWW.AHN.COM)

---

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص : 44 .

<sup>2</sup> - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م.س. ذ ، ص : 113 .

\* بهذا الصدد انظر : فهد بن عبد الله اللحيدان : م.س. ذ ، ص : 46 .

\*

( Business to business- B2B-)

( Business to consumer - B2C-)

.....

1998 ( B to B)

(109) (Forrester Research ) (43)

2003 ( 1300) . 1999

. <sup>1</sup> ( 32 % ) 1998

—

—

" البائع السايبروني : كلمة السايبروني مأخوذة من مصطلح " السايبر ( cyber ) ، وهو مصطلح يطلق على عالم الشبكة و الذي تسبح فيه نبضات الاتصالات جيئة وذهابا بين المستخدمين عبر خطوط الاتصال . أما ما يطلق عليه بالبائع السايبروني هو مشروع بدأت في تطويره جامعة أدنبره في اسكتلندا بدعم من اللجنة الأوروبية و تبلغ تكلفته ستة ملايين دولار " .

<sup>1</sup> - Pierre DE RAUGLAUDRE : Op . cit , p : 47 .

(300) 2002<sup>1</sup> (18) (12)  
 ( 3,1) 2003<sup>2</sup>  
 .<sup>4</sup> 2005<sup>3</sup> ( )

...

...

( )

:

-

:

<sup>1</sup> - Loc . cit .

<sup>2</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، الطبعة الأولى ، ص : 27 .

<sup>3</sup> - بهاء شاهين : العولمة و التجارة الإلكترونية : رؤية اسلامية ، الطبعة الأولى ، ص : 67 .

<sup>4</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ،

م . س . ذ ، ص : 27 .

-1

:

:

:

-

"

"

" :

" :

"

1"

.

"

"

( 30)

"

"

2

.

.

<sup>1</sup> - بهاء شاهين : م.س. ذ ، ص : 174.

<sup>2</sup> - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م.س. ذ ، ص : 111 .

\*

1

(E-Bay)

-

-

2

( 22 )

2000

:

-2

:

.

\* بهذا الصدد انظر : ألان سيمبسون : م . س . ذ ، ص : 24 .

" الأنترنت: شبكة اتصال محلية (باختصار LAN) تربط العديد من الكمبيوترات ضمن المؤسسة أو الشركة ، وهذه الشبكة الصغيرة مصممة للعمل بنفس طريقة عمل شبكة الأنترنت العالمية ، وهي تتيح للعاملين ضمن المؤسسة إمكانية استخدام الشبكة المحلية للتواصل فيما بينهم بالإضافة إلى القدرة على الوصول إلى شبكة الأنترنت الخارجية بالأدوات و المهارات نفسها " .

<sup>1</sup> - Pierre DE RAUGLAUDRE : Op . cit , p : 47 .

<sup>2</sup> - Guy HERVIER : Op . cit , p : 218 .

.

( Smart cards)

. <sup>1</sup>

( 2)

. ( Télébanking) "

"

:

-

(Diskette)

(CD-Rom)

-

-

.

. <sup>2</sup> 1996

( % 35)

:

**-3**

:

( la nouvelle économie )

.

-

" : - (Kevin Kelley) " : ( wired)

<sup>1</sup> - طلعت أسعد عبد الحميد : م. س. ذ ، ص : 550 .<sup>2</sup> - فهد بن عبد الله اللحيدان : م. س. ذ ، ص : 176 .

<sup>1</sup>(interconnectée) " " (immatérielle) " " (globale)

:

:

-

:

.

( 20 % )

(80 %)

<sup>2</sup>

.

(60 %)

.

(21)

<sup>3</sup>

.

:

-

(43)

<sup>4</sup> 1997 1978 :

1998

( 1,2)

(1,5)

<sup>1</sup> - Francis BALLE : Op . cit , p : 262 .

<sup>2</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، م . س . ذ ، ص : 74 .

<sup>3</sup> - نفس المرجع ، ص : 16 .

<sup>4</sup> - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 18 .

---

.<sup>1</sup> ( 300)

.<sup>2</sup>

:

.

.

.

:

.

"

"

"

"

"

"

"

"

.

.

"

---

<sup>1</sup> - Francis BALLE : Op . cit , p : 263 .

<sup>2</sup> - IBID , p : 262 .



( )

1 " .

-1 :

" " "

2 " .

3 " "

.

.

" " 4 ( % 80 )

" ( cyberporn ) "

( % 98 )

5 .

.

---

1- حسن طاهر داود : جرائم نظم المعلومات ، الطبعة الأولى ، ص : 23 .

2- نبيل علي : م.س.ذ ، ص : 411 .

3- نفس المرجع ، ص : 412 .

4- محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م.س.ذ ، ص : 101 .

5- نفس المكان .

1 . ( 10 % )

-2 :

" :

2 "

(International Computer Security Association – ICSA- )

(% 70 )

(% 56)

3 ( % 3 ) .

(% 11)

1988 2 :

" "

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ،

م . س . ذ ، ص : 172 .

<sup>2</sup> - حسن طاهر داود : م . س . ذ ، ص : 24 .

<sup>3</sup> - سرحان سليمان داود ، محمود عبد المنعم المشهداني : م . س . ذ ، ص : 131 .

1

2

-3

:

1997

) "

"

---

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ،

م . س . ذ ، ص : 101 .

<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص : 90 .

.<sup>1</sup> 2005

<sup>2</sup> 1995 ( 250.000 )

.<sup>3</sup>

" "

(Phishing)

...

(Symantec) "

2004

( 9 )

" "

( 33 )

" "

( 10.310 )

2004

<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - حسن طاهر داود : م.س.ذ ، ص : 19 .

<sup>2</sup> - بيتر دايسون ، بات كولمان ، لن غيلبرت : م .س.ذ ، ص : 113 .

<sup>3</sup> - فرانسوا لسلي ، نقولا ماكريز : م.س.ذ ، ص : 15 .

<sup>4</sup> - Le journal : " Après le virus , le phishing : Escroqueries sur le net " , le **Quotidien d'Oran** , N° : 3102 , 12 Mars 2005 , p : 15 .

\* بهذا الصدد انظر : فهد بن عبد الله اللحيدان : م .س.ذ ، ص : 165 .

★

1 (1400)

"

"

"

"

"

"

.

— "

"

"

"

—

"

( SILICON SNAKEOIL )

( Modem )

2 "

.

:

3

" أجرت الدراسة الباحثة " كمبيرلي يونج " - وهي أستاذة علم النفس المساعد بجامعة بتسبرج بالولايات المتحدة الأمريكية - عن

آثار إدمان الأنترنت على أربعمئة شخص " .

<sup>1</sup> - فهد بن عبد الله اللحيدان : م . س . ذ ، ص : 166 .

<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص : 167 .

<sup>3</sup> - حسن طاهر داود : م . س . ذ ، ص : 73 .

-1

:

:

:

:

-

.

" :

1"

" :

:

:

-

" :

: (Hackers)

▪

2 "

: (Crackers)

▪

3

" "

:

"

4 "

" :

-

<sup>1</sup> - الطبعة الأولى ، ص ص : 53 ، 64 .

<sup>2</sup> - وائل أبو مغلي ، باسل شفيق ، مراد شلباية : م . س . ذ ، ص : 24 .

<sup>3</sup> - عبدالله حسين علي محمود : م . س . ذ ، ص : 56 .

<sup>4</sup> - وائل أبو مغلي ، باسل شفيق ، مراد شلباية : م . س . ذ ، ص : 24 .

1 "

:

( System hacking )

2

" :

3 "

" :

( virtuelle) "

4 "

<sup>1</sup> - عبدالله حسين علي محمود : م . س . ذ ، ص : 58 .

<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص : 62 .

<sup>3</sup> - نفس المرجع ، ص : 64 .

<sup>4</sup> - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 64 .

( week

-

-

Bissnes)

1

:

-

"

2 "

:

" : (le fournisseur d'accés)

-

-

-

3 "

(Abonnement)

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، م . س . ذ ، ص : 207 .

<sup>2</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ، الطبعة الأولى ، ص : 135 .

<sup>3</sup> - نفس المرجع ، ص : 136 .



**: (Le fournisseur d'hebergement)**

"

-WEB-

( )

1 "

.( )

**" : (le fournisseur des informations)**

2 "

**: (le fournisseur des services)**

(web agency)

3 "

:

---

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، م . س . ذ ، ص : 81 .

<sup>2</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ، م . س . ذ ، ص : 153 .

<sup>3</sup> - Serge GUINCHARD, Michelle HARICHAUX, Renaud deTOURDONNET : Op.cit , p: 31.

1

- (le grand secret) "

":

:

(Gubler) " "

1996

- (François Mitterrand) "

"

2

(Estelle Halliday) "

"

3 (w w w .altern.org Silversurfer) :

:

-2

---

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ، م.س. ذ ، ص : 152 .

<sup>2</sup> - Francis BALLE : Op . cit , p : 329.

<sup>3</sup> - Serge GUINCHARD , Michelle HARICHAUX , Renaud deTOURDONNET : Op.cit , p : 238 .

"

"

"

"

—

—

1

(%10)

2

3

<sup>1</sup> - عبد الله حسين علي محمود : م . س . ذ ، ص : 136 .

<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص : 137 .

<sup>3</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ،

م.س.ذ ، ص : 132 .

---

( Dark- Secrets Boys ) :

1

-3 :

2

:

...

" " : ( Brad Skolnik )

" :

---

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص : 133 .  
<sup>2</sup> - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 61 .

1»

.

.

-

-

.

»

»

»

»

.

» :

2 »

(5,4)

:

-

-

.

.

:

<sup>1</sup> - عبد الله حسين علي محمود : م.س.ذ ، ص : 132 .

<sup>2</sup> - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م.س.ذ ، ص : 68 .

:

- :

:

(http://www.cyberpatrol.com): : (Cyber Patrol) -  
(CyberNot)

(Chat Gard) "

(http://www.Surf Watch.com) : (Surf Watch) -

. <sup>1</sup>(Blocked)

: ( Microsoft for kids) -

. <sup>2</sup>

:

( Fire Wall Software) :

(procc)

(procc)

---

<sup>1</sup> - زياد القاضي ، علي فاروق ، محمود سالم ، ( و آخرون ) : م . س . ذ ، ص ص : 215 ، 216 .  
<sup>2</sup> - ص . بورويلة : " جزائريات يروين قصص أبنائهن مع الأنترنت : اكتشفت أن ابني مدمن على المواقع الإباحية " ، جريدة الخبر ، العدد : 3873 ، 2 سبتمبر 2003 ، ص : 12 .

2.

— :

.

“ ”

“ (JFI) ” . .

3.

— :

“ :

4 “

— ( 40 ) ( 64 ) ( 80 ) ( 128 ) )

5.

(

:

— :

1- زياد القاضي ، علي فاروق ، محمود سالم ، ( و آخرون ) : م . س . ذ ، ص : 214 .  
2- بيتر دايسون ، بات كولمان ، لن غيلبرت : م . س . ذ ، ص : 125 .  
3- عبد الله حسين محمود : م . س . ذ ، ص : 142 .  
4- بيتر دايسون ، بات كولمان ، لن غيلبرت : م . س . ذ ، ص : 124 .  
5- نفس المكان .

---

1

:

-

( )

(password)

(Digital

Certificate)

2

:

-2

:

( la Netiquette)

3 ( Ethique du Net ) :

(Net)

(Ethique)

---

<sup>1</sup> - Guy HERVIER : Op.cit , p : 176 .

<sup>2</sup> - بيتر داپسون ، بات كولمان ، لن غيلبرت : م . س . ذ ، ص : 124 .

<sup>3</sup> - Serge GUINCHARD, Michelle HARICHAUX , Renaud deTOURDONNET : Op .cit , p : 273 .



---

: ) : -  
(...

1997 16

(No Electronic Theft Act ) :

.<sup>1</sup>

: -

" " 1996

(Communication Décency Act-CDA-)

18 " :

.<sup>2</sup> (250000) "

1998

( Child on line protection Act ) " "

18 (Filtres)

.

1999

.<sup>3</sup> ( Systemes de filtrage )

---

<sup>1</sup> - Francis BALLE : Op .cit , p : 330 .

<sup>2</sup> - André BERTRAND , Thierry PIETTE COUDOL : Op . cit , p : 69 .

<sup>3</sup> - Francis BALLE : Op .cit ,p : 331 .

( les sites en " kids")

1 .

:

1996 12

2 1996 16 ( 162 /51 )  
1998

3 .

1998

4

2000 13

5 .

2000 30

6 .

<sup>1</sup>- " l'actualité juridique de décembre de Murielle Cahen " : www.abc –NetMarketing

<sup>2</sup>- عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، م . س. ذ ، ص : 165 .

<sup>3</sup>- André BERTRAND , Thierry PIETTE COUDOL : Op . cit , p : 45 .

<sup>4</sup>- IBID , p : 53.

<sup>5</sup>- Guy HERVIER : Op . cit , p : 210.

<sup>6</sup>- عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، م . س. ذ ، ص : 183.

1990

1

2000      30

2

2000                      10

3

II II

:

—

1996                      26                      (Fillon)

4

(31/2000 )

2000

(40)

5

• • •

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص : 197 .

2- نفس المرجع ، ص : 205 .

<sup>3</sup> - Guy HERVIER : Op . cit , p : 218 .

<sup>4</sup> - Francis BALLE : Op . cit , p : 332 .

<sup>5</sup>- عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ،

م.س.ذ، صص: 113، 114.

2000

1

1989

2

2004

3

(1,9)

)

(1600 )

(

4

( 18 000)

(200 )

2004

\*

<sup>1</sup> - عبد الله حسين علي محمود : م . س . ذ ، ص : 131 .

<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص : 322 .

<sup>3</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، م . س . ذ ، ص : 85 .

<sup>4</sup> - أسرة التحرير : " غلق 1600 مقهى للإنترنت بالصين " ، جريدة الخبر ، العدد : 4238 ، 08 نوفمبر 2004 ، ص : 7 .

\* تمت هذه الحملات في الولايات المتحدة الأمريكية ، و عشر دول أخرى هي : بلجيكا ، بريطانيا ، الدانمارك ، فرنسا ، ألمانيا ، المجر ، إسرائيل ، هولندا ، سنغافورة ، و السويد ، وهذا من قبل العملاء في مكتب التحقيقات الفيدرالية الأمريكية و عملاء هذه الدول ، و ذلك بتنفيذ مئة و عشرين بحثا متزامنا في ( 27 ) ولاية أمريكية و العشر دول .

(30)

( 65000 )

1

(138)

"

1998

( Anti – Spam) "

(50)

2

(Seattle) " :

(48000 )

(Blaster)

2003

3

-3

<sup>1</sup>- أسرة التحرير : " يتسببون في خسائر بملايين الدولارات : حملة دولية ضد قراصنة الأنترنت " ، جريدة الخبر ، العدد : 4070 ،

25 أفريل 2004 ، ص : 13 .

<sup>2</sup>- " l'actualité juridique de décembre de Murielle Cahen " : [www.abc-NetMarketing](http://www.abc-NetMarketing)

<sup>3</sup>- le journal : " Prison pour un adolescent américain qui a propagé un virus informatique " le **Quotidien d'Oran** , N : 3068 , 31 janvier 2005 , p : 15 .

•

•

\_\_\_\_\_

•

:

---

•

---

•

(Book Mark) "

1

1

1

(Netscape)

(Internet Explorer)

2

•

1

<sup>1</sup> - حسن طاهر داود : م . س . ذ ، ص : 92 .

<sup>2</sup> - بهاء شاہین : م . س . ذ ، ص : 85 .

.		
:		
:		-
	.	
		-
	.	
		-
	1	
.	...	
	:	-
:		
.		-
		-
	.	
		-
	.	-
		-
	.	-
		-
	.	

---

<sup>1</sup> - حسن طاهر داود : م . س . ذ ، ص ص : 125 ، 126 .

1

2

---

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ، م.س. ذ ، ص : 345 .

<sup>2</sup> - عبد الله حسين علي محمود : م . س . ذ ، ص : 409 .



•  
•

•

•

•

•

•  
•

•

---

:

27

(1869)

1999

4

13

(Journal Net)

1999

(% 54,6)

( % 18 )

.<sup>1</sup> ( % 2 )

-

( )

-

-

-

---

<sup>1</sup> - "La télévision première victime du Net " : [www.bigben-pub.com](http://www.bigben-pub.com)

:

( San Jose Mercury News )

1993

2

1996

(Wall Street Journal)

(200 000)

1997

3

( 49)

( 3500)

1997 4

:

-

-

-

---

<sup>1</sup> - نبيل علي : م . س . ذ ، ص : 389 .

<sup>2</sup> - Francis BALLE : Op . cit , p :184 .

<sup>3</sup> - IBID , p : 185 .

<sup>4</sup> - فرانسوا لسلي ، نقولا مأكريز : م . س . ذ ، ص : 35 .

1

" "

2

3 ( on – line news papers)

4 ( e.zines) :

" "

5

" "

6

---

<sup>1</sup> - فهد بن عبد الله اللحيدان : م . س . ذ ، ص : 47 .  
<sup>2</sup> - فرانسوا لسلي ، نقولا مأكريز : م . س . ذ ، ص : 35 .  
<sup>3</sup> - فهد بن عبد الله اللحيدان : م . س . ذ ، ص : 47 .  
<sup>4</sup> - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 44 .  
<sup>5</sup> - Francis BALLE : Op .cit, p : 185 .  
<sup>6</sup> - نبيل علي : م . س . ذ ، ص : 391 .

1999

( 800)

2005

2

( le web casting)

2015

2010

(la push – technology)

(le broadcasting)

3

---

<sup>1</sup> - محمد لعقاب : الأنترنت و عصر ثورة المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 103 .

<sup>2</sup> - محمد محمد الهادي : م . س . ذ ، ص : 26 .

<sup>3</sup> - Francis BALLE : Op .cit, p : 186 .

1 .  
:  
( ESPN news) (CNN fn)  
2 .  
3 .  
" "  
(DOMOCO) " : (NTT)  
(I- MODE) 1999  
4  
5 .  
(internet mobile) "  
" "  
(  
( marketing one to one )  
(Short Message Service - SMS)

<sup>1</sup> - نبيل علي : م . س . ذ ، ص : 393 .

<sup>3</sup> - نبيل علي : م . س . ذ ، ص : 393 .

<sup>2</sup> - Francis BALLE : Op . cit , p : 454 .

<sup>4</sup> - Guy HERVIER : Op . cit , p : 109 .

<sup>5</sup> - IBID , p :110 .

.

(Smart phone) " " :

.

.

(un veritable central) " "

2

.

<sup>3</sup>(PC)

.

—

—

---

<sup>1</sup> - IBID , p :119 .

<sup>2</sup> - Francis BALLE : Op .cit, pp : 186 , 187 .

<sup>3</sup> - Guy HERVIER : Op . cit , p :122 .

(America on line) "

"

"

"

(130)

1

"

":

:

:

:

:

" :

: ( Interactivité )

-1

2 "

.

"

"

.

3

"

"

,

"

"

"

:

<sup>1</sup> - دان شيلر: مقال عن الإعلان " طفيليات في واقعنا اليومي " / : [http:// www.mondiploar.com](http://www.mondiploar.com)

<sup>2</sup> - Eric DACHEUX : Associations et Communication : critique du marketing , p : 102 .

<sup>3</sup> - محيى محمد مسعد : ظاهرة العولمة : الأوهام و الحقائق ، الطبعة الأولى ، ص : 34 .



. (Double interactivité ) "

(One " " (One to one ) "  
" " to many)  
1 ( Quelques –uns à quelques-uns )

: ( **Démassification** ) -2

(Mass média ) "

(Individualisme ) "

" "  
" "  
" "  
( la démassification des médias ) "

2 "

: ( **Mobilité** ) -3

3 ( la miniaturisation ) "

<sup>1</sup> - Francis BALLE : Op .cit, p : 688 .

<sup>2</sup> - محيى محمد مسعد : ظاهرة العولمة : الأوهام و الحقائق ، م . س . ذ ، ص : 34 .

<sup>3</sup> - نبيل علي : م . س . ذ ، ص : 69 .

---

( Autonomie )

...  
: ( Connectivité et Convertibilité )

-4

( Asynchronization ) "

: ( GLOBALISATION )

-5

---

<sup>1</sup> - محيى محمد مسعد : ظاهرة العولمة : الأوهام و الحقائق ، م . س . ذ ، ص : 35 .

---

## ( GLOBALISATION )

### ( les Autoroutes Electroniques )

.

:

.

.

.

logique de ) "

"

logique de ) "

"

( communication de masse

<sup>1</sup> ( communication segmentée

:

.

---

<sup>1</sup> - Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op . cit , p : 4 .

( INFOMERCIAL ) "

( publi-Reportages )

.  
: -2

.  
: -3

...  
.  
: -4

. 1

---

<sup>1</sup>- Loc . cit .

⋮

—

—

⋮

.

⋮

.

.

—

—

”

” ”

”

.....

.

## الفصل الثالث

### الإعلان في الواقع الافتراضي

⋮

•

•

⋮

•

•

•

:

( 90 % )

-

1

-

:

-

.

-

.

-

:

2

.

.

<sup>1</sup> - محمد محمد الهادي : م . س . ذ ، ص : 24 .

<sup>2</sup> - : : : 311 .



:

-1

:

" :

1 "

" :

"

"

2 "

:

:

3

Webcrawler, Lycos , Altavista, Looksmart, Snap, ):  
HotBot, GoTo.Com yahoo , Go , Excite )

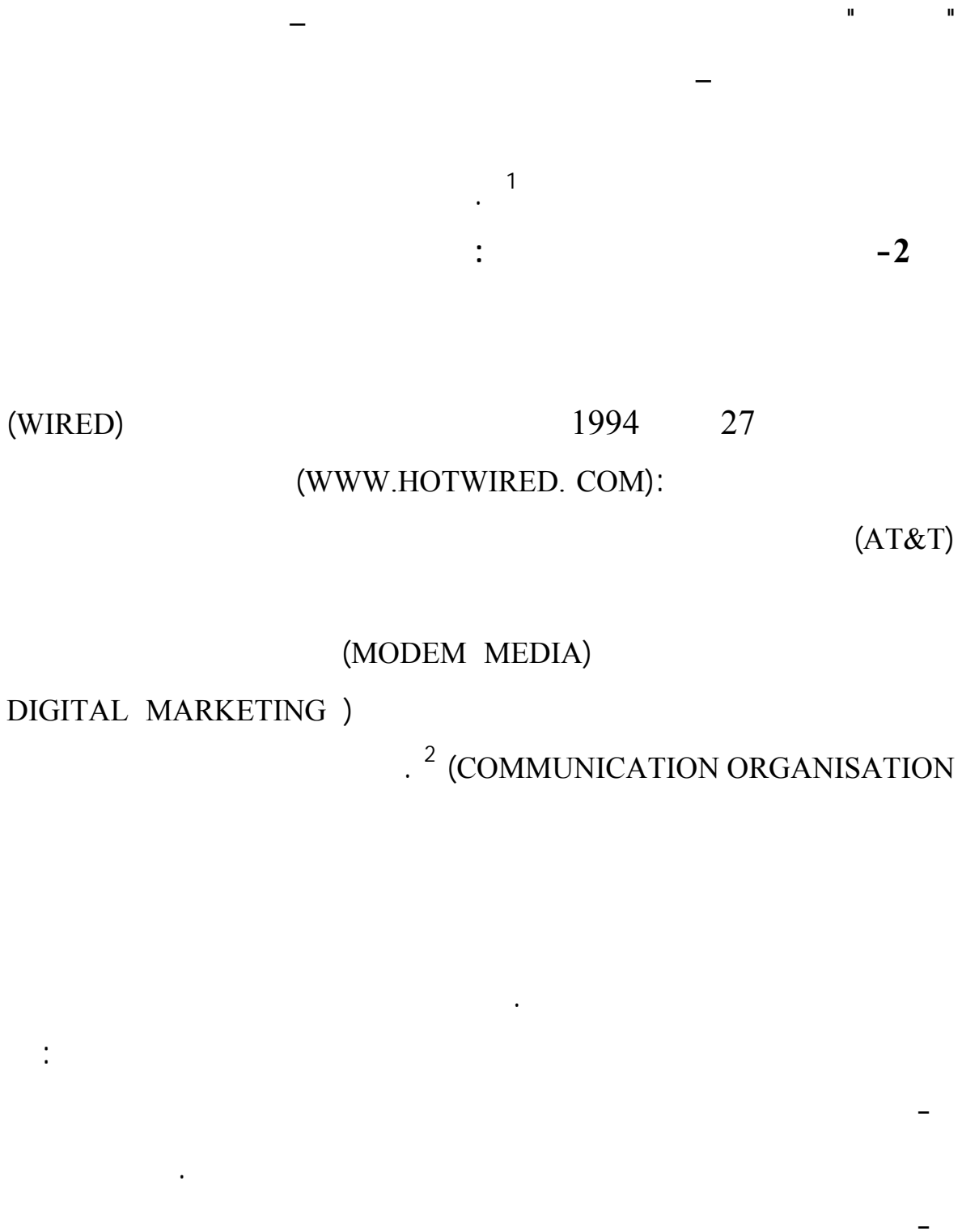
4

<sup>1</sup> - محمد أحمد أبو القاسم : التسويق عبر الأنترنت ، الطبعة الأولى ، ص : 110 .

<sup>2</sup> - مي العبد الله سنو : الاتصال في عصر العولمة : الدور و التحديات الجديدة ، ص : 85 .

<sup>3</sup> - Jean – mark DECAUDIN : Op . cit , p p : 142 , 143 .

<sup>4</sup> - بهاء شاهين : م . س . ذ ، ص : 189 .



<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص : 190 .

<sup>2</sup> - " la premiere publicité du monde " : [www.modemploi.com/fr/premierpub-htm](http://www.modemploi.com/fr/premierpub-htm)





:	1 "	
	2 "	
:		
		-
		-
		-
3		
	:	<b>-1</b>
(rtisoft.com / animagic/ :		
Web-animator.com/oder.com/créations/banner/)		
(9,95)	( Web – animator )	
4		
	:	<b>-2</b>
5		
(IAB)		

.172 : . . : -<sup>1</sup>

.157 : . . : -<sup>2</sup>

<sup>3</sup> - "qu'est ce qu'une bannière " : [www.modemploi.com/FR/questcequ-une-ban-hTml](http://www.modemploi.com/FR/questcequ-une-ban-hTml).

<sup>4</sup> - " la fabrication des bannières " : [www.modemploi.com/FR/Fabrication-bann.hTm](http://www.modemploi.com/FR/Fabrication-bann.hTm)

<sup>5</sup> - " Formes et coûts de la Net pub : les bannières " : [www.bigben-pub.com](http://www.bigben-pub.com)

:

( - )			(pixels)
- Full Banner - Bannière complète		12	60×468
- Full Banner with vertical navigation - Bannière complète avec barre de navigation			72×392
- Half banner - demi bannière			60×234
- Vertical banner - bannière verticale			240×120
- Button 1 - Boutton 1		6	90×120
- Button 2 - Boutton 2		5	60×120
- Square button - bouton carré			125×125
- Micro button - tout petit bouton		2	31×88

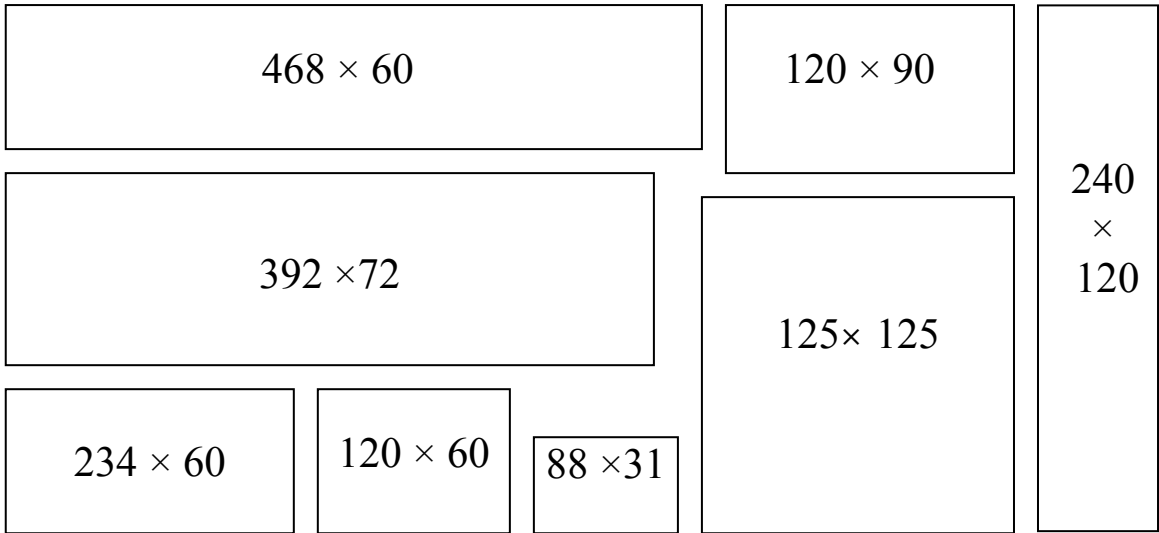
( 1 ) :

<sup>1</sup> (IAB) :

---

<sup>1</sup> - Richard CARLIER : profession Web Master , p : 230 .

:



( 3 )

<sup>1</sup> (IAB) :

(grande bannière)

(bannière classique)

2001

. <sup>2</sup> (% 64,66)

.

( 1 )

.

<sup>1</sup> - loc . cit .

<sup>2</sup> - " les formats de la publicité en ligne" : [www.bigben-pub.com](http://www.bigben-pub.com)

CLIQUE ICI POUR  
PARTICIPER

GOD OF WAR™



PlayStation.2

( )

**100% promos**

**Promovacances**.com

**AGADIR**

**8J/7N**  
**Hôtel 4\***

à partir de  
**349€**

Cliquez ici

**EN EXCLUSIVITE  
SUR YAHOO!  
VOYAGES**

( )

(1)

( )

( )



---

2001

. ( Gratte – ciel) (Skyscraper)

: <sup>1</sup>

600 × 120

600 × 160

150 × 180

250 × 300

280 × 336

400 × 240

250 × 250

. ( 2 )

---

<sup>1</sup>- " formes et coûts de Netpub : les bannières" : [www. Bigben – pub . com](http://www.Bigben-pub.com)

---

**Canon**

Entrez  
dans la vie  
des plus  
grands  
footballeurs



**Canon**

Entrez  
dans la vie  
des plus  
grands  
footballeurs

Cliquez ici  
pour en  
savoir plus



( CANON)

( 2 )

:

-

-

(6)

. <sup>1</sup>

( 15)

. <sup>2</sup>

(10 )

. <sup>3</sup>

-

-

(l'URL)

(le logo)

. <sup>4</sup>

-

( sponsor)

( annonceur)

:

. <sup>5</sup>

( partenaire)

-

. <sup>6</sup>


---

<sup>1</sup> - "le poids des bannières" : [www.modemploi.com/Fr/lepoidsdesban.html](http://www.modemploi.com/Fr/lepoidsdesban.html)

<sup>2</sup> - " la publicité sur internet " : [www.supralogic.com/docs/publicité-sur-internet.doc](http://www.supralogic.com/docs/publicité-sur-internet.doc)

<sup>3</sup> - IBID .

<sup>4</sup> - Richard CARLIER : Op . cit , p : 231.

<sup>5</sup> - Loc . cit .

<sup>6</sup> - "le poids des bannières" : [www.modemploi.com/Fr/lepoidsdesban.html](http://www.modemploi.com/Fr/lepoidsdesban.html)

---

:

:

-

(cliquez ici) " " :

.

( cliquez-moi ) " "

:

-

:

:(le gif anime) ▪

(30) (ZDNet) .

( %15 )

. (% 40)

: (les Applets Java) ▪

"

"

(en savoir plus)

(JAVA)

.

: (Le Streaming) ▪

.

---

: ( Flash) ▪

: (DHTML) ▪

...

: ( html) ▪

1

( 3 )

" "

.



---

<sup>1</sup>- Richard CARLIER : Op . cit , p : 232 .



POUR QUE L'AUTOMOBILE SOIT TOUJOURS UN PLAISIR

[Accueil](#) | [Entreprises](#) | [Localiser un point de vente](#) | [Contact](#) | [Brochures](#) | [Plan du site](#) | [Crédits](#) | [Recherche](#)

Accéder à mon espace personnel

e-mail

••••••••



Les véhicules



Les services



Tout sur Peugeot



Espace Personnel



Modèle

Version

Couleurs

Options

Résumé

Choisir une voiture selon vos critères

Sélectionner  
un ou plusieurs critères

Modèles

-- Je ne sais pas --

Carrosserie

-- Je ne sais pas --

Energie

-- Je ne sais pas --

-- Je ne sais pas --

Diesel

Essence

GNV

GPL

HDi

-- Je ne sais pas --

Prix maxi

-- Je ne sais pas --

**Le configurateur vous permet de choisir et personnaliser  
un véhicule selon vos désirs.**

Vous obtiendrez un devis en ligne et pourrez contacter votre concessionnaire  
pour essayer le modèle choisi.



( 3 )

...

---

## (L'interstitiel )

:

(l'interstitiel)

.

.

" :

: (interstitiel )

.<sup>1</sup> "

(intervalle )

(interstices)

.<sup>2</sup>

.<sup>3</sup>

: -1

:

.

-

.

-

-

.<sup>4</sup>

: -2

:

-

.

.<sup>5</sup>

-

---

<sup>1</sup> - " les interstitiels " : [www.Ibelgique.Ifrance.com /a - pub/](http://www.Ibelgique.Ifrance.com /a - pub/)

<sup>2</sup> - "les publicités interstitielles" : [www.modemploi.com/les publinterstitielles.htm](http://www.modemploi.com/les publinterstitielles.htm)

<sup>3</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p : 98 .

<sup>4</sup> - " les interstitiels " : [www. Ibelgique . Ifrance .com / a-pub /](http://www. Ibelgique . Ifrance .com / a-pub /)

<sup>5</sup> - IBID .

:

-

.

-

. <sup>1</sup> (ko 100)

2

.

( 4 )

. (NOKIA)

.

---

<sup>1</sup> - IBID .

<sup>2</sup> - "les publicités interstitielles" : [www.modemploi.com / les publinterstitielles.htm](http://www.modemploi.com/lespublinterstitielles.htm)





**NOKIA**  
**6630**

**Le pouvoir d'une  
nouvelle génération**

Connexions rapides  
Vidéo streaming  
Emails avec pièces jointes  
Appareil photo 1.3 mégapixel  
Une nouvelle vision de la téléphonie

**NOKIA**  
CONNECTING PEOPLE

(4 )

( NOKIA)

( superstitiel )

( l'interstitiel)

. 1 " " :

:

.

-

-

.

:

-

2

.

:

.

(100)

-

. ( pixels 550 × 480)

-

. ( 20)

-

.

-

"

.

"

:

-

:

:

-

.

:

-

"

"

.

( %12)

( % 45 )

<sup>1</sup> - "formes coûts de la Netpub" : [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)<sup>2</sup> - banjamain shramech : " Un nouveau format de bannière : le superstitiel " : [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

1

## (Le Sponsoring) :

( )

" :

2 "

"

3 "

—

:

4

" :

( )

( grace à notre "

sponsor xy vous avez accès gratuitement à ces informations )

( ces infos vous sont " "

proposès grace à notre collaboration avec xy )

---

1- [www.ibelgique . ifrance .com](http://www.ibelgique.ifrance.com)

/ a-pub /

2- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p : 98 .

3- Richard CARLIER : Op . cit , p : 224 .

4- "le sponsoring ou le parrainage" : [www.ibelgique .ifrance .com /a-pub / sponsoring- parrainage.php](http://www.ibelgique .ifrance .com /a-pub / sponsoring- parrainage.php)3.

" www.ex.fr

% 25

( ce site est réalisé en collaboration avec xy qui grâce à son produit yz diminue de 25% vos notes de téléphone, visitez son site www.ex.fr)

(3)

1

( % 40)

2

( partenariat)

3

: -1

:

<sup>1</sup> - "le sponsoring" : www.modemploi.com

<sup>2</sup> - IBID

<sup>3</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p : 98 .

( )

1  
.

.

(6) 1999

2  
.

: -2

( IAB – PWC ) - (% 12,6)

- 3 2000

:

-

.

-

-

4  
.

-

5  
.

---

1 - " le sponsoring " : [www . modemploi .com](http://www.modemploi.com)  
2 - [www . Ibelgique . Ifrance .com / a-pub /](http://www.Ibelgique.Ifrance.com/a-pub/)  
3 - IBID .  
4 - "le sponsoring ou leparrainage" : [www.ibelgique .ifrance .com/a-pub/sponsoring- parrainage.php3](http://www.ibelgique.ifrance.com/a-pub/sponsoring-parrainage.php3).  
5 - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit, p : 98.

•

-1

( l'événementiel et les opérations spéciales )

<sup>1</sup> - " le sponsoring " : [www . modemploi .com](http://www.modemploi.com)  
[www . Ibelgique . Ifrance .com / a-pub/](http://www.Ibelgique . Ifrance .com / a-pub/)

$$2_{-}$$

---

(bandeau )

.  
: ( le publi - reportage ) – 2

.  
.  
: ( le push ) – 3

. 1

1998

( % 90,6)

---

<sup>1</sup>- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , pp : 98 ,100 .

---

.<sup>1</sup> (% 55) (% 40)

<sup>2</sup>( % 87 ) 1999

.<sup>3</sup> 2003 (% 48) 2000 ( %75)

( le sponsoring et le parrainage )

<sup>5</sup> 2003 (% 23) <sup>4</sup> 1999 (% 10)

: (2

:

( e – mail ) -

( file transfer protocol - FTP - ) -

( newsgroups) -

( chat ) -

**(e – mail)** :

:

---

<sup>1</sup> - " les différents produits publicitaires" : [www.modemploi.com](http://www.modemploi.com)

<sup>2</sup> - " les bannières " : [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

<sup>3</sup> - " formats des objets publicitaires": [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

<sup>4</sup> - " les bannières " : [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

<sup>5</sup> - " formats des objets publicitaires": [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)



---

( informatif )

—

—

1

( e – marketer )

2004

( 60 )

2000

( jupiter communications )

2

2005

"

—

"

3

( jeux- concours )

( file transfer protocol - FTP- )

:

---

<sup>1</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , pp : 101 , 102 .

<sup>2</sup> - Benjamin Schrameck : " de nouveaux formats d'e-mail " : [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

<sup>3</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p : 103 .

---

1  
( news groups ) :

:

:

:

:

2

:

" "

---

<sup>1</sup> - Loc . cit .  
<sup>2</sup> - IBID, p : 104 .

...

. 1

.

( CHAT) :

:

. : -  
: -

. 2

. 3 (Bannières)

:

.

---

<sup>1</sup>- "La pub par E-mail" : [www.modemploi.com/Fr/la pub e-mail.htm](http://www.modemploi.com/Fr/la_pub_e-mail.htm)  
<sup>2</sup>- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :105 .  
<sup>3</sup>- "Les chats" : [www.modemploi.com/Fr/ Les chats.htm](http://www.modemploi.com/Fr/ Les_chats.htm)

( All is " " : . <sup>1</sup> content ) ( ) :

( 100 )

. <sup>2</sup> (150000 )

: - . 3 -

---

<sup>1</sup> - " Introduction : comment vendre de la pub sur son site " : [www.modemploi.com](http://www.modemploi.com)

<sup>2</sup> - " passer par une regie publicitaire : comment vendre de la pub sur son site " : [www.modemploi.com/Fr/passerparunereg](http://www.modemploi.com/Fr/passerparunereg)

<sup>3</sup> - " les centrales d'achats " : [www.abc-Net-Marketing.com](http://www.abc-Net-Marketing.com)

:

:

: ( Coût pour mille – CPM- ) " -1

( CPM )

":

. 1 "

2

( 450 ) ( 150)

. 4 ( 500 ) (30 ) 3

: ( CPM )

-

( CPM )

5 (CPM)

( les sites thématiques) (CPM)

( 500 ) ( 100 ) -(ABC-Net Marketing.COM) -

. 6

-

(CPM) ( ABC-Net Marketing.COM)

(80 ) (50 )

---

<sup>1</sup> - Philip KOTLER et autres : Op .cit , p : 317 .

<sup>2</sup> - "internet : émancipation d'un média": [www.nmg.lu/nmo/article.nsf](http://www.nmg.lu/nmo/article.nsf)

<sup>3</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :140.

<sup>4</sup> - Philip KOTLER et autres : Op .cit , p : 326 .

<sup>5</sup> - IBID, p : 317 .

<sup>6</sup> - Richard CARLIER : Op . cit , p: 234 .

(600)

(500) (250)

<sup>1</sup>

-

<sup>2</sup>

( 700 )

-

<sup>3</sup>

... .

\*( contact )

( PAP ) :

\*\* ( part de voix )

-

<sup>4</sup>

( PAP ) ( 100 )

(40000 )

( 350 )

( 15 )

:

( 2800 )

1000 ← 350

4000 ←

<sup>1</sup> - IBID , p : 233 .

<sup>2</sup> - IBID , p : 234 .

<sup>3</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :141 .

\* Contact : عدد المرات التي يحظى الشريط الإعلانى فيها بالمشاهدة = PAP ( page avec publicite )

\*\* بهذا الصدد انظر : François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p :126 .

" حصة الأصوات : هو عدد الصفحات المشاهدة بالإعلان ( page vue avec publicité - PAP ) المشتراة على موقع / جرد شامل للـ PAP المتاحة في فترة ما " .

<sup>4</sup> - IBID , p :141.

$$\begin{array}{rcl}
 & & 40000 \times 350 \\
 14000 = & \frac{\quad}{1000} & = \\
 80000 & 28000 = ( & ) 2 \times 14000 \\
 & & 350 \times 2 \times 40 \\
 & & : \\
 & & (15) \\
 & (80000) & - \\
 (28000) & & \\
 & . (TVA) & \\
 & & - \\
 & & (75000) \\
 . & & \\
 (80000) & & - \\
 & (15) & \\
 . & & \\
 . & 1 & \\
 & . & \\
 & & (CPM) \\
 (10) & & . \\
 & & (50) \\
 . & & \\
 2 & &
 \end{array}$$

1 ( % 44 )  
: ( coût pour clic – CPC- ) – 2

2  
: 3 "  
: ( Click – Through )  
"

4

( %2 ) ( %1 )  
. 5 ( %20 )

"

"

( 3000 ) :  
: ( 42 )

[www.nmg.lu/nmo/article.nsf/](http://www.nmg.lu/nmo/article.nsf/)

1

2

- " Qu'achete-t'on sur internet ?" : [www.modemploi.com /fr/qu'achetonsur.htm](http://www.modemploi.com/fr/qu'achetonsur.htm)

. 190 : . . : -3

4

- Philip KOTLER et autres : O p.cit , p : 317 .

5

- "Qu ' achète-t'on sur internet?" : [www.modemploi.com /fr/qu'achetonsur.htm](http://www.modemploi.com/fr/qu'achetonsur.htm)



---


$$^1 \quad \%1,4 = \frac{100 \times 42}{3000}$$

:

.

-

-

...

(l'achat au clic) "

"

( PAP)

"

"

.

2

.

.

( PAP)

3

.

4

.

---

<sup>1</sup> - " C.P.M hit et taux de clic": [www.modemploi.com](http://www.modemploi.com)

<sup>2</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :143 .

<sup>3</sup> - IBID, p : 144 .

<sup>4</sup> - " Qu ' achete-t'on sur internet ? " : [www.modemploi.com/ fr/qu'achetonsur.htm](http://www.modemploi.com/fr/qu'achetonsur.htm)

	:	:	-3
	: ( le coût par million de pixels )		-
(CPM) "	"		
		(CPC) "	"
...		:	
	:		
			(pixels)
.	:		-
(Nombre d'objets publicitaires affichés sur une page - NOP)			
		" :	
.	<sup>1</sup>	"	
		:	-
	.		
:	.		
		.	-
.(		)	-
.	(	)	-
.			

<sup>1</sup>- [www.nmg.lu/NMO](http://www.nmg.lu/NMO) /ARTICLE .hsf

---

1

:

:

-

-

2

-

3

4

-

:

5

. . . .

---

<sup>1</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :145 .

<sup>2</sup> - " les centrales d'achats " :[www.abc-net marketing.com](http://www.abc-net-marketing.com)

<sup>3</sup> - " Vendre des bannières " [www.modemploi.com/fr/vendre - des-bannières.htm](http://www.modemploi.com/fr/vendre-des-bannières.htm)

<sup>4</sup> - " vendre du sponsoring " : [www.modemploi.com/fr/vendre du sponsoring.htm](http://www.modemploi.com/fr/vendre-du-sponsoring.htm)

<sup>5</sup> - " les conditions pour l'annonceur : comment acheter ou vendre de l'espace publicitaire en toute sécurité " :  
[www.modemploi . com](http://www.modemploi.com)

---

:

...

	(300 )	1998	
. <sup>1</sup> 1997	(% 284)		(113)

...

.

2

.

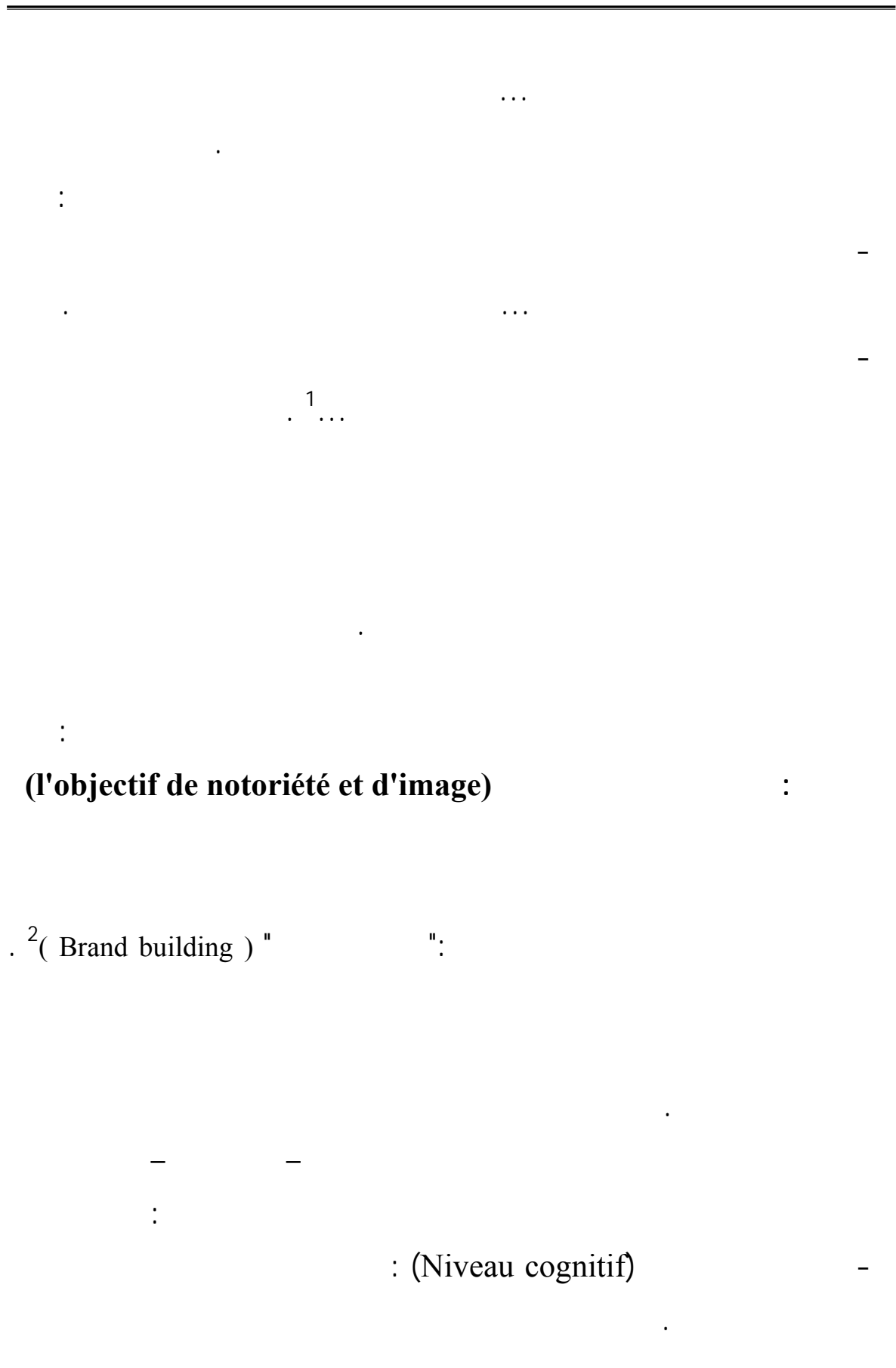
:

:

---

<sup>1</sup> - le journal du net : " la publicité sur internet en France " : [http : banners.  
noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/](http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/)

<sup>2</sup> - IBID .



<sup>1</sup> - " les buts d'une campagne de pub internet" : [www.modemploi.com](http://www.modemploi.com)  
<sup>2</sup> - " La définition des objectifs de campagne": [www.abc-Netmarketing.com](http://www.abc-Netmarketing.com)

-	: ( Niveau affectif)	.
-	: ( Niveau conatif)	. <sup>1</sup>
-	*(Millward Brown Interactive)	:
-1	:	:
-	:	:
-	:	. <sup>2</sup> ( 30 % )
-	:	. <sup>3</sup> ( 17 % )
-	:	. <sup>4</sup> ( 5 % )

<sup>1</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :48 .

\* بهذا الصدد انظر : François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , pp : 49, 50.

" منهجية دراسة (Millward Brown Interavtive) فرع لشركة (Millward Brown International) التي من بين اختصاصاتها قياس فعالية الحملات الإعلانية بجميع الوسائل الإعلانية التقليدية ، و قد قامت بدراستها على الأنترنت سنة 1997م بتوصية من: (Internet Advertising Bureau US) ، و ذلك بتوزيع – خلال الفترة الممتدة من 1 إلى 7 جوان ( أي أسبوع ) – (80144) صفحة من استمارة على ( 12 ) موقع من الأوائل بالإتفاق مثل: ( Hotwired –compuserwe... (CNN) ، بإدراج بين صفحتي واب حملة من قبل الأنترنتي عند إبحاهم ، على أن تكون لديهم حرية الإجابة ، و قد قام (36065) شخص بملاً الإستمارة ، ليتم تقسيمهم إلى مجموعتين : مجموعة القياس (Test-T) ، و مجموعة ضابطة (contrôle-C-) ، حيث تعرضت المجموعة الأولى (T) حين وصولها إلى الصفحة المحملة إلى واحد من الإثني عشر شريط إعلاني المجرب عليها أما المجموعة الثانية (C) فتعرضت إلى أي شريط إعلاني دون تعيين ، كما شاهدت المجموعة الأولى الإعلان مرة أكثر من المجموعة الثانية و ذلك بـ( 2,2 ) عرض للبانير للأولى (T) مقابل ( 1,2 ) عرض للثانية (C) . و فيما بعد قام الباحثون بإرسال رسائل إلكترونية (Email) لهؤلاء المبحوثين (36065 شخص ) يتضمن أسئلة تقليدية خاصة بقياس الفعالية الإعلانية : " هل تعرف هذه العلامة؟" ، " هل تتذكر أنك رأيت إعلانا مع هذه العلامة ؟ " ، و وردت الإجابات على الإستمارة الثانية من قبل (16758) ، و بعد تحليلها تم استقاء عدة معطيات و بيانات و أرقام "

<sup>2</sup> - IBID, p : 50 .

<sup>3</sup> - IBID, p : 52 .

<sup>4</sup> - IBID, p : 53 .

.<sup>1</sup>

: -3

" "

.<sup>2</sup> (% 4)

(... )

(Millward Brown)

(% 50 ) (% 59)

.<sup>3</sup> (% 10)

: :

**( L'objectif de constitution d'une base de données)**

---

<sup>1</sup>- Loc . cit .  
<sup>2</sup>- IBID, p : 55 .  
<sup>3</sup>- IBID, p : 57 .

---

( double click ) ( Engage technology) :  
.<sup>1</sup> (30)

(coupons)

.<sup>2</sup>  
:  
:-1

...

.

.<sup>3</sup>  
:-2

— — :

.<sup>4</sup> ...  
:-3

.  
:-4

---

<sup>1</sup>- IBID, p : 58 .  
<sup>2</sup>- IBID, p : 63 .  
<sup>3</sup>- IBID, p : 61 .  
<sup>4</sup>- IBID, p : 62 .



(Excite) ( Matchlogic ) :  
 gagnez une " :  
 (voiture

( Matchlogic) 1998  
 .<sup>1</sup> (emails) (500000)

(Internet protocol: IP)

(IP)

\* ( Cookie)

<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - IBID, p : 63 .

\* بهذا الصدد انظر : " le cadre technique et déontologique de l'utilisation des cookies "

www . abc – Net Marketing . com

" Cookies : الكوكي هو ملف صغير مؤقت على العموم ، يأخذ شكل سلسلة من العلامات يثبتها الموزع ( serveur ) على القرص الصلب الخاص بالزائر " ، و يسمح هذا الملف للموزع بالتعرف على الزائر من زيارة لأخرى ، ويشتمل على اسم الكوكي و النص ، و تاريخ تقديري لنهاية الصلاحية و بيانات عن الخادم الذي وضعه ، بالإضافة إلى المعلومات المقدمة من قبل الزائر خلال زيارة ما " .

<sup>2</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p : 59 .

---

:

.<sup>1</sup> ...

: (l'objectif de création de trafic ) :

.

:

: -1

:

:

-

.

:

-

( % 1)

( % 2,4)

:

( %3,1)

.<sup>2</sup> (mots- clés)

---

<sup>1</sup>- IBID , p : 60 .

<sup>2</sup>- IBID , p : 66 .

$$\begin{array}{ccccccc} & 1 & & & & & \\ \cdot & & \cdot & \cdot & & & \cdot \\ & & & & & & \cdot \end{array}$$

**-2**

( URL) -

. (URL )

• —

•

(Alapage ) (indien )

2.

• **\_\_\_\_\_**

• **\_\_\_\_\_**

3

•

•

4

**: ( l'objectif de vente ) :**

:

• • • •

<sup>1</sup> - IBID , p : 67 .

<sup>2</sup>- Loc . cit .

<sup>3</sup>- IBID , p : 68 .

<sup>4</sup>- IBID , p : 69 .

---

Business to )

(Business to Business : B-to-B)

. ( Consumer : B-to-C

" " (l'information)

<sup>1</sup> (information )

les objectifs )

" : (d'actions

2 "

:

. . . .

:

.

-

-

....

.

-

:

:

:

**-1**

.

:

---

<sup>1</sup> - IBID , p :75 .

<sup>2</sup> - " la définition des objectifs de campagne": [www. abc-Net Marketing .com](http://www.abc-Net Marketing .com)

	:	-
.	...	
	:	-
.		
	:	-2
1		
.		
.		
:		
.		-
		-
.		-
.		-

---

<sup>1</sup>- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , pp : 76 ,79 .



1 .

2 .

:

-2

:

.

3 .

:

<sup>1</sup> - بهاء شاهين : م . س. ذ ، ص ص : 179 ، 180 .  
<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص : 180 .

<sup>3</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , pp : 31, 32 .

---

1

" " " " :

2

3

4

5

(Rate Card) "

...

---

. 183 :	.	.	.	:	- <sup>1</sup>
. 184 :					- <sup>2</sup>
. 183 :					- <sup>3</sup>

<sup>4</sup>- " La Netiquette pour l'éditeur ": [www.modemploi.com](http://www.modemploi.com)

. 182 181 :	.	.	.	:	- <sup>5</sup>
-------------	---	---	---	---	----------------



---

(home page)

1

2

3

4

(... )

(micro-site)

5

(one to one)

6 (annonceurs- éditeurs) "

7

---

<sup>1</sup> - "présenter son offre": [www.modemploi.com/fr/présenter-son-offre.htm](http://www.modemploi.com/fr/présenter-son-offre.htm)

<sup>2</sup> - بهاء شاهين : م . س. ذ ، ص : 200 .

<sup>3</sup> - " La Netiquette pour l'éditeur " : [www.modemploi.com](http://www.modemploi.com)

<sup>4</sup> - بهاء شاهين : م . س. ذ ، ص : 203 .

<sup>5</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :112 .

<sup>6</sup> - IBID , p :110 .

<sup>7</sup> - " La Netiquette pour l'éditeur " : [www.modemploi.com](http://www.modemploi.com)

(Bandeaux)

( )

- -

\*

1

...

:

-1

:

:

-

<sup>1</sup>- " La phase de création" : [www.abc-NetMarketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)

\* بهذا الصدد انظر : "Editeur ou responsable éditorial chez un acteur du positionnement publicitaire"  
:"

[www.abc-NetMarketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)

" مسؤول النشر (l'éditeur ou responsable éditorial) : دوره إعطاء الموافقة قبل و أحيانا بعد الحملات المنجزة أو المعدلة من قبل المعلنين المستخدمين لخدمات التوقيع الإعلاني ، كما له أن يتأكد من أن الإعلان لا يطرح أي إشكال قانوني سيما في ميدان حق الإعلان و حماية الماركات . و عندما ترفض الحملة ، يتعين على مسؤول النشر نصح المعلن لإنجاز حملة جديدة " .

" !

!

"

( Je peux vous faire économiser beaucoup d'argent ! Je vais vous dire comment ! ) <sup>1</sup>

(voulez – vous un cadeau ? ) "

" :

. <sup>2</sup>

( % 16 )

" " :

-

Visitez ) " " (Entrez ici) " " (cliquez – ici)  
(%15) ... (Maintenant

. <sup>3</sup>

" " :

-

Les premiers ) " " (Durée limitée)

. ( seront servis et pas les autres

. <sup>4</sup>

-

. <sup>5</sup>

. <sup>6</sup>

:

\*(GIF)

-

---

<sup>1</sup> - [www.Supralogic.com/docs/publicité-sur-internet.doc](http://www.Supralogic.com/docs/publicité-sur-internet.doc)

<sup>2</sup> - " Formes et coûts de la Net pub: les bénéfices et critères d'efficacité " : [www.Bigben.com](http://www.Bigben.com)

<sup>3</sup> - IBID .

<sup>4</sup> - Stephane AMIS , Christophe BONNET , Benjamin GRANGE : Performance Web :  
les six règles d'or , p : 140 .

<sup>5</sup> - " Formes et coûts de la Net pub: les bénéfices et critères d'efficacité " : [www.Bigben.com](http://www.Bigben.com)

<sup>6</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p : 121.

" Au commencement était le gif " : [www.abc-NetMarketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com) :

\*

"

" (Graphic Interchange Format) :GIF "

( compuserve )

. "

% 95

•

1

2.

—

---

0

0

•

0

(

0

0

(

2

3

4

5

6

7

.<sup>1</sup> ( % 9)

-

\*(POP-UP)

.<sup>2</sup>

3

(468×60)

-

.<sup>4</sup>

-

.<sup>5</sup>

-

.<sup>6</sup>

( )

-

.

-

.<sup>7</sup> ( % 35)

---

<sup>1</sup> - " Etat des lieux du son sur le web" : [www.abc-Netarketing.com](http://www.abc-Netarketing.com)

" Formes et coûts de la Netpub : le POP-UP" : [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com) :

\*

: pop-up "

( POP-UP)

"

<sup>2</sup> - Stephane AMIS , Christophe BONNET , Benjamin GRANGE : Op . cit , p : 140 .

<sup>3</sup> - [www.Supralogic.com/docs/publicite-sur-internet.doc](http://www.Supralogic.com/docs/publicite-sur-internet.doc)

<sup>4</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p : 121.

<sup>5</sup> - [www.Supralogic.com/docs/publicite-sur-internet.doc](http://www.Supralogic.com/docs/publicite-sur-internet.doc)

. 192 : . . . :

-<sup>6</sup>

<sup>7</sup> - " Formes et coûts de la Netpub: les bénéfices et critères d'efficacité": [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

:

:

-

:

.

-

-

.

<sup>1</sup> (LOGO)

-

.

:

-

.

:

<sup>2</sup>

.

:

-

:

"

( Michelin)

:

-

"

.

<sup>1</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP. cit , p :113 .

<sup>2</sup>- IBID, p : 114.

(l'OREAL ) -

: ( ) -

( DANONE)

1998

.<sup>1</sup>  
:  
-

(www.occasionsdulion.com)

:  
:  
-

.  
:  
-

(3)

(Auto) :  
:  
-

.<sup>2</sup>  
... (Occasion) (Automobile )  
:

(Webplanning) "

<sup>1</sup>- IBID, pp : 115,116.

<sup>2</sup>- IBID, p : 117 .

---

\* (Mediaplanning) "

(Sites) :

...(mots clés)

(Rubriques)

(Regie)

( )

(Trafic Manager de la Regie)

...

1

:

:

:

**-1**

...

:

---

" les principes du webplanning" : [www.abc-Net Marketing .com](http://www.abc-Net Marketing .com) :

\*

: ( Mediaplanning ) "

( le webplanning )

"

<sup>1</sup>- Richard CARLIER : Op .cit , p : 227 .



·  
:  
-2

(Beyond the click)

·  
:  
- 3  
(...Motivaction, Novatris)

·  
:  
-4

·

·<sup>1</sup>  
·  
:  
(webplanning) "

·  
:  
-1

·  
:  
-

---

<sup>1</sup>- " les outils du webplanning" : [www.abc-Net Marketing .com](http://www.abc-Net Marketing .com)

•

•

•

•

•

•

—

II



(...YAHOO ,MSN ,AOL) :

11

•

( 25-15)

•

•

—

• •



( Jeux Video.com) :

•

•

$$\cdot (\dots)$$

)

•



• (

:

—

•

•

• •

---

1

11

11

•

•

**- 2**

•

•

•

---

•

<sup>1</sup>- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , pp :125 , 126 .

: -3

1  
 2  
 3  
 4  
 5  
 6  
 7  
 8  
 9  
 10  
 11  
 12  
 13  
 14  
 15  
 16  
 17  
 18  
 19  
 20  
 21  
 22  
 23  
 24  
 25  
 26  
 27  
 28  
 29  
 30  
 31  
 32  
 33  
 34  
 35  
 36  
 37  
 38  
 39  
 40  
 41  
 42  
 43  
 44  
 45  
 46  
 47  
 48  
 49  
 50  
 51  
 52  
 53  
 54  
 55  
 56  
 57  
 58  
 59  
 60  
 61  
 62  
 63  
 64  
 65  
 66  
 67  
 68  
 69  
 70  
 71  
 72  
 73  
 74  
 75  
 76  
 77  
 78  
 79  
 80  
 81  
 82  
 83  
 84  
 85  
 86  
 87  
 88  
 89  
 90  
 91  
 92  
 93  
 94  
 95  
 96  
 97  
 98  
 99  
 100  
 101  
 102  
 103  
 104  
 105  
 106  
 107  
 108  
 109  
 110  
 111  
 112  
 113  
 114  
 115  
 116  
 117  
 118  
 119  
 120  
 121  
 122  
 123  
 124  
 125  
 126  
 127  
 128  
 129  
 130  
 131  
 132  
 133  
 134  
 135  
 136  
 137  
 138  
 139  
 140  
 141  
 142  
 143  
 144  
 145  
 146  
 147  
 148  
 149  
 150  
 151  
 152  
 153  
 154  
 155  
 156  
 157  
 158  
 159  
 160  
 161  
 162  
 163  
 164  
 165  
 166  
 167  
 168  
 169  
 170  
 171  
 172  
 173  
 174  
 175  
 176  
 177  
 178  
 179  
 180  
 181  
 182  
 183  
 184  
 185  
 186  
 187  
 188  
 189  
 190  
 191  
 192  
 193  
 194  
 195  
 196  
 197  
 198  
 199  
 200  
 201  
 202  
 203  
 204  
 205  
 206  
 207  
 208  
 209  
 210  
 211  
 212  
 213  
 214  
 215  
 216  
 217  
 218  
 219  
 220  
 221  
 222  
 223  
 224  
 225  
 226  
 227  
 228  
 229  
 230  
 231  
 232  
 233  
 234  
 235  
 236  
 237  
 238  
 239  
 240  
 241  
 242  
 243  
 244  
 245  
 246  
 247  
 248  
 249  
 250  
 251  
 252  
 253  
 254  
 255  
 256  
 257  
 258  
 259  
 260  
 261  
 262  
 263  
 264  
 265  
 266  
 267  
 268  
 269  
 270  
 271  
 272  
 273  
 274  
 275  
 276  
 277  
 278  
 279  
 280  
 281  
 282  
 283  
 284  
 285  
 286  
 287  
 288  
 289  
 290  
 291  
 292  
 293  
 294  
 295  
 296  
 297  
 298  
 299  
 300  
 301  
 302  
 303  
 304  
 305  
 306  
 307  
 308  
 309  
 310  
 311  
 312  
 313  
 314  
 315  
 316  
 317  
 318  
 319  
 320  
 321  
 322  
 323  
 324  
 325  
 326  
 327  
 328  
 329  
 330  
 331  
 332  
 333  
 334  
 335  
 336  
 337  
 338  
 339  
 340  
 341  
 342  
 343  
 344  
 345  
 346  
 347  
 348  
 349  
 350  
 351  
 352  
 353  
 354  
 355  
 356  
 357  
 358  
 359  
 360  
 361  
 362  
 363  
 364  
 365  
 366  
 367  
 368  
 369  
 370  
 371  
 372  
 373  
 374  
 375  
 376  
 377  
 378  
 379  
 380  
 381  
 382  
 383  
 384  
 385  
 386  
 387  
 388  
 389  
 390  
 391  
 392  
 393  
 394  
 395  
 396  
 397  
 398  
 399  
 400  
 401  
 402  
 403  
 404  
 405  
 406  
 407  
 408  
 409  
 410  
 411  
 412  
 413  
 414  
 415  
 416  
 417  
 418  
 419  
 420  
 421  
 422  
 423  
 424  
 425  
 426  
 427  
 428  
 429  
 430  
 431  
 432  
 433  
 434  
 435  
 436  
 437  
 438  
 439  
 440  
 441  
 442  
 443  
 444  
 445  
 446  
 447  
 448  
 449  
 450  
 451  
 452  
 453  
 454  
 455  
 456  
 457  
 458  
 459  
 460  
 461  
 462  
 463  
 464  
 465  
 466  
 467  
 468  
 469  
 470  
 471  
 472  
 473  
 474  
 475  
 476  
 477  
 478  
 479  
 480  
 481  
 482  
 483  
 484  
 485  
 486  
 487  
 488  
 489  
 490  
 491  
 492  
 493  
 494  
 495  
 496  
 497  
 498  
 499  
 500  
 501  
 502  
 503  
 504  
 505  
 506  
 507  
 508  
 509  
 510  
 511  
 512  
 513  
 514  
 515  
 516  
 517  
 518  
 519  
 520  
 521  
 522  
 523  
 524  
 525

2.

<sup>1</sup>- IBID , pp : 127 , 128.

<sup>2</sup>- IBID , p : 129 .

.

"

"

1

.

:

(le webplanner )

:

:

-1

-

.

-

.

( PAP )

-

.

( PAP)

.

-

.

-

2

(CPM)

-

---

<sup>1</sup>- IBID , p p : 129, 130 .

<sup>2</sup>- IBID , p : 135 .

	:	-2
	.	-
.		-
- )		-
	(	
.		
	:	-
	.	
	:	-
.		
:	( Reporting)	-
.		
.	:	-
	:	-
	....	
1 ...	:	-
	:	
:		
.	:	-
.	:	-
	:	-
2		

---

<sup>1</sup>- IBID , p : 136 .  
<sup>2</sup>- Richard CARLIER : Op .cit , p : 228 .

---

:

.

.

:

:

:

**( les Acteurs du Média)**

:

:

**: (les sites supports de la publicité)**

**-1**

.

:

**:(Moteurs de Recherche et annuaires)**

**-**

<sup>1</sup>(%40) 1998

---

<sup>1</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p : 20 .

---

:

(...Hotmail de Microsoft- lemel de voilà France Télécom : )

(Sites d'orientation) .

(Sites de destination)

.<sup>1</sup> (Tout en un) "

: ( les Sites Editoriaux) -

( 3) (les Echos)

.<sup>2</sup> 1997

.<sup>3</sup> (% 37)

: ( les Fournisseurs d'accés ) -

.<sup>4</sup> ( %23 )

---

<sup>1</sup>- Loc . cit.

<sup>2</sup>- IBID , p : 21 .

<sup>3</sup>- IBID , p : 20 .

<sup>4</sup>- Loc .cit .

:

-

-

-

....

-

( % 50) (20)

:

<sup>1</sup>

:(les Régies Spécifiquement Internet)

-

( LYCOS,MSN)

. <sup>2</sup> (1&1)

(Accessite)

:

-

( les Régies Traditionnelles ou plurimédias)

.

-3

( les Agences et conseils médias )

:

-

(Régie)

(Agences)

---

<sup>1</sup>- Richard CARLIER : Op .cit , p : 229 .

<sup>2</sup>- François – Xavier HUSSHERR et autres: OP.cit , p : 22 .



:

:

-

.

2

:

-

1998

3

:

-

\*(les centrales d'achat)

...

:

-

-

(le conseil internet-Webplanning-)

. <sup>4</sup> (le conseil médias - Mediaplanning)

<sup>1</sup>- " acheter l'espace publicitaire: Médiaplanning : pour une campagne sur le web Francophone " :  
www. modemploi . com

<sup>2</sup>- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p: 23 .

<sup>3</sup>- IBID , p : 24 .

\* بهذا الصدد انظر : www.abc – Net Marketing .com " les centrales d'achat"  
" les centrales d'achat " : هي وكالات تمثل همزة وصل بين بائعي و مشتري المساحات الإعلانية ، و هي تتوجه بخدماتها خصوصا للمشتريين سواء كانوا وكالات أو معلنين الذين يحظون باستشارات بخصوص اختيار الدعامات ، و تخفيضات في بعض الحالات " .

<sup>4</sup>- " les centrales d'achats " : www. abc- Net Marketing.com

1

( les prestataires d'études stratégiques )

-1

( les Etudes de Synthèse sur le marché de la publicité)

1998

( Jupiter) (Forrester )

(10000)

(3000)

(OTEC) "

"

(Internet Advertising Bureau-IAB)

1997

2

---

<sup>1</sup>- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p : 24 .

<sup>2</sup>- IBID , p: 25 .

1

:( les piges ) \*

-3

(la pige publicitaire )

(Robots)

( la pige)

2

:

( les Acteurs de la mesure d'audience )

\*\*

<sup>1</sup> - Loc . cit .

\* ( la pige ) : في مجال الصحافة المكتوبة تمثل تقييم عمل مراسل - ينشط لصالح عدة صحف - بمقابل عن كل مقالة أو صفحة واحدة .

<sup>2</sup> - " Internet : émancipation d'un média" : [www.nmg.lu/nmo/article](http://www.nmg.lu/nmo/article)

\*\* بهذا الصدد انظر : François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p : 153 .

" آليات و طرائق قياس الجمهور : يوجد عدة آليات و طرائق يذكر منها :

- آليات قياس الحركة : تتم إما بالإنطلاق من معلومات جمعت من الموقع نفسه أو من خلال معلومات جمعت من موزع شركة متخصصة .

- سبر الآراء ( les sondages ) : بجمعه المعطيات من خلال الزيارات للمواقع و هو ما يدعى بالقياس التصريحي "

Francis BALLE : Op . cit , p : 578 .

- ( les panels ) : هي تطبيق خاص لطريقة سبر الآراء تتكرر فيها الملاحظة على نفس العينة لفترة قد تتراوح ما بين بضعة أيام إلى عدة سنوات ، و يتم اختيار المشاركين في هذه العملية بعد محادثة مسبقة ، تسمح بجمع بعض المعلومات ، و الغاية الأساسية من الـ ( panel ) هي السماح بدراسة تطور سلوك شخص أو عائلة في زمن ما .

## : \* (Site- centric ) -1

1998 (Mediamétrie) .

1.

**\*\* (User- centric ) -2**

. (Panel)

2.

• •

( les Acteurs techniques d'internet)

•

•

$$\begin{matrix} \vdots \\ \vdots \end{matrix} \quad -1$$

•

•

---

---

—

—

---

( )

. (... )

—

3

\* بهذا الصدد انظر : François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p : 237 .

" Site centric : يقال عن قياس الجمهور ( Site centric ) عندما تقاس الصفحات المحملة على الموزع "

<sup>1</sup> - François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p : 26 .

François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p : 237. \* \* بهذا الصدد انظر :

"User-centric": يقال عن قياس جمهور بأنه (User-centric) عندما يتم قياس الصفحات المشاهدة من قبل المستخدمين "

<sup>2</sup>- IBID, p : 27 .

<sup>3</sup> - Loc . cit .

---

: -2

. 1

:

—

—

(le bandeau en dur) :

.

: -1

.

: -2

.

:

—

.

—

. 2

---

<sup>1</sup>- IBID, p : 28 .  
<sup>2</sup>- IBID , p : 158 .

( les Adservers et les Admanagers) :

: ( Adserver ) -1

<sup>1</sup>  
<sup>2</sup> (40000)  
: ( AdManager ) -2

<sup>3</sup>

(IP)

- (nano-secondes) : - (L'AdManager)  
(IP) :

...

<sup>1</sup>- IBID , p : 159 .  
<sup>2</sup>- Richard CARLIER : Op .cit , p: 229 .  
<sup>3</sup>- François – Xavier HUSSHERR et autres : OP.cit , p: 159 .

---

(L'Adserver)

.

<sup>1</sup>

.

:

.

-

-

-

.

-

.

(le Monde)

<sup>2</sup>

.

( **Ad Manager** )

:

(Ad Manager)

...( JAVA)

:

(Ad Manager)

<sup>3</sup>

.

:

( Ad Manager)

---

<sup>1</sup>- IBID , p : 160 .

<sup>2</sup>- Loc . cit .

<sup>3</sup>- IBID, p : 162 .

: (Planification des campagnes)		-1
:	( Ad Manager)	
	.	-
	.	-
(URL) :		-
( cookie)		
	...	
(Ad Manager) :		-
...		
	.	-
.		-
: (ciblage des campagnes)		-2
	(Ad Manager)	
:		
	: (ciblage technique)	-
	(IP)	
	:	
( club- internet ) :	( )	-
.		
:	(Navigateur)	-



	(Netscape)	(Microsoft)
.	:	-
.	:	-
<b>( ciblage Rédactionnel et mots-clés)</b>		
.	(Ad Manager)	
.	(Automobiles )	
.	<b>: (ciblage par cookie)</b>	-
( cookie)		
.	:	-
<b>( Ciblage par base de données éditeurs)</b>		
	( Ad Manager)	
.	<b>: ( Rapports d'activité )</b>	<b>-3</b>
	( Ad Manager )	
( )		
	-	-
.		

---

( Ad Manager )

:

**: (des Rapports Sites ) -**

( Ad Manager )

.( ... )

**: (des Rapports Annonceurs) -**

(Mot de passe)

—

—

.

**: ( Inventaire d'espaces disponibles ) -4**

.

1

.

---

<sup>1</sup>- IBID, pp : 162 , 169 .

⋮

⋮

•

•

⋮

...

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

•

## الفصل الرابع

### الممارسة الإعلانية في الواقع الافتراضي

⋮

⋅

⋅

⋅

—

—

⋅

⋅

• •

•

•

•

1

•

- 2 (Millward Brown)

---

•

•

•

• •

-1

•

<sup>1</sup> - IBID , p : 90 .

<sup>2</sup>- IBID , p : 84 .

• • •

.<sup>1</sup> (Bannière animée)

(Bannière Statique)

[illegible]

-2

—

---

---

(personne passive)

•

•

(personne active)

2

:

-3

•

• •

—

•

3

<sup>1</sup> - IBID , p : 86 .

2- Loc . cit .

<sup>3</sup> - IBID, p : 88 .

: -  
 . (Menu)  
 1  
 : ( l'apprentissage passif ) -4

2  
 : -5

... (Saint- Valentin) " " " :

3 " " :

:

---

1 - Loc . cit .  
 2 - IBID , p : 89.  
 3 - IBID , p : 90 .



		:	
:		:	-1
	( 8 ) ( 4 )		
.			
.			
	(Parrainage)		
(Rubrique)			
	1		
	:		-2
.			
2			
(20)			
		3	
4			

---

<sup>1</sup> - " calendrier et agencement d'une campagne" : [www.abc-Net-Marketing.com](http://www.abc-Net-Marketing.com) . 192 : . . : -<sup>2</sup>

<sup>3</sup> - " calendrier et agencement d'une campagne" : [www.abc-Net-Marketing.com](http://www.abc-Net-Marketing.com) . 192 : . . : -<sup>4</sup>



, ,  
 (... , )  
 :  
 ...  
 : ,  
 , -  
 . (mot clef)  
 (TRILILI) " "  
 . <sup>1</sup> (% 5) ( 3 )  
 -  
 .  
 ,  
 .  
 . <sup>2</sup>  
 : -  
 (IP)  
 (Mac)  
<sup>3</sup> ... (PC)

---

<sup>1</sup> - Richard CARLIER : Op .cit , p : 225 .

<sup>2</sup> - loc . cit .

<sup>3</sup> - IBID , p : 226 .

---

,

-

1

.

:

- 5

.

,

.

2

.

(tests)

.

3

.

(double click accesite) :

. (pré-tests )

---

<sup>1</sup>- loc . cit .

<sup>2</sup>- Francois –Xavier HUSSHERR et autres: Op .cit , p p: 148 , 149 .

<sup>3</sup>- " l'efficacité de la publicité : les tests " : [www.Bigben – pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

	:		
,	:	-	
.	( 6 )	( 4 )	
.	:	-	
(PAP)	(Split-Runs) "	"	
	(% 15 )	(10 )	
1			
	(sans jamais passer a l'action )		
2			
	:		
,			
:	,		
	: (la porsonnalisation)	-1	
:	"	"	
	,		
	,		
3 "			
.	(le marketing one to one) "	" :	

<sup>1</sup>- Francois –Xavier HUSSHERR et autres: Op .cit , p: 137 .

<sup>2</sup>- Philip KOTLER et autres : Op . cit , p : 326 .

<sup>3</sup>- Stephane AMIS , Christophe BONNET , Benjamin GRANGE : Op . cit , p : 166 .

---

" " :  
 . ( le sur – mesure )

:  
 :  
 " " " :  
 .  
 , :  
 .  
 :  
 2002 (forrester research)  
 (10)  
 .<sup>1</sup> ( 50) (jean) "  
 - :  
 . -  
 , -

.<sup>2</sup> ,  
 :  
 : (la personnalisation déclarative) -

.<sup>3</sup> ( HTML )  
 : ( la personnalisation implicite) -

---

<sup>1</sup> - " pourquoi personnaliser ou pratiquer le sur mesure?" : [www.abc-Net Marketing.com](http://www.abc-Net Marketing.com)

<sup>2</sup> - " les gains attendus d'une politique one to one " : [www.abc-Net Marketing .com](http://www.abc-Net Marketing .com)

<sup>3</sup> - Stephane AMIS , Christophe BONNET , Benjamin GRANGE : Op . cit , p: 167

---

1 .

:

-

. ( Segmentation ) "

-

. ( personnalisation ) "

( Apple )

( Apple)

:

: (Targeting) -

...

2 ( CNN )

: ( Filtering ) -

( CDNOW )

( Spice Girls ) ( CD )

3 ( Lycos )

---

<sup>1</sup>- IBID , p : 168

<sup>2</sup>- Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p: 188 .

<sup>3</sup>- IBID , p : 189 .

---

## : ( Matching ) -

" " 1 .

2 .

1998

" " " "

3 .

## : ( Interactivité ) - 2

---

<sup>1</sup> - Loc . cit .

<sup>2</sup> - " la personnalisation de l'offre commercial" : [www.abc-NetMarketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)

<sup>3</sup> - Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p: 150 .



.

1 "

(message

( d'information

( Rôle actif )

( Action passive ) ( )

2

( )

\*( )

.

3

:

. ( Smart banners ou Rich banners ) "

"

<sup>1</sup> - محمد لطف علي الحميري : م . س . ذ ، ص : 70 .

<sup>2</sup> - Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p: 87 .

\* بهذا الصدد انظر : 116 : Op . cit , p: Stephane AMIS , Christophe BONNET , Benjamin GRANGE

: les marques relationnelles "

( )

"

<sup>3</sup> - Stéphane AMIS , Christophe BONNET , Benjamin GRANGE : Op . cit , p: 114 .

---

.<sup>1</sup> ( % 15) ( 5)

.

:

: ( **Signature Sonore** )

-

( Jingle )

( Court Slogan )

: ( **les bruits d'interactivité** )

( )

-

: ( **l'ambiance musicale** )

-

: ( **les aides vocales** )

-

)

( Morgan )

(

: ( **la marchandise Sonore** )

-

....

: ( **les web Radios** )

-

---

<sup>1</sup>- Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p:119 .

---

: ( **Bannière audio** )

( %14)

. ( Diameter )

( Voila.Fr )

( mesFinances.Fr )

1

2

(CD)

3

---

<sup>1</sup> - " les différents types d'application sonores sur le web " : [www.abc-Net Marketing.com](http://www.abc-Net Marketing.com)

<sup>2</sup> - " Formes et coûts de la Netpub : l'efficacité des différents formats de publicité " :  
[www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

<sup>3</sup> - " Charte sonore et risques du son sur le web " : [www.abc-Net Marketing.com](http://www.abc-Net Marketing.com)

—

—

.

.

" :

1 "

—

—

" :

2 "

.

.

( Monitoring - le Moniteur )

.

( Outils de Reporting )

.

3

.

---

<sup>1</sup> - مفتاح محمد دياب : م . س . ذ ، ص : 13 .

<sup>2</sup> - : 158 .

<sup>3</sup> - Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p:138 .

---

( 3,7)

( 4,6)

1

---

<sup>1</sup>- " Internet: émancipation d'un média ": [www.nmg.lu/nmo/article](http://www.nmg.lu/nmo/article)

---

.<sup>1</sup> 2005 :

:

: -1

(461,8)

(92,8)

1998

1998

(7,9)

1997

(1,6)

. ( % 386,5 )

1997

( 3 )

.<sup>2</sup> ( % 328,6 )

1998

( 12,8 )

...

1996

---

<sup>1</sup> - Stephane AMIS , Christophe BONNET , Benjamin GRANGE : Op . cit , p: 110 .

<sup>2</sup> - " le Marché américain de la publicité en ligne" : [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

---

	( 0,267)	( IAB)	
1998	(1,92)		
. <sup>1</sup> (eMarketer )	2002	(8,9)	
	(37,5 )		
2	(% 127)		1998
	( 460)	2003	
	. <sup>3</sup>	( % 50)	
	( Forrester Research )		
(600)	1998		
	1997		
. <sup>4</sup>	(90)		(20)
	1999		
. <sup>5</sup>			
2001	(900)	( 395)	2000
. <sup>6</sup>	2005	(4,4)	

---

<sup>1</sup> - IBID .

<sup>2</sup> - " comment faire la publicité sur internet : quelques chiffres " : [www.modemploi.com](http://www.modemploi.com)

<sup>3</sup> - Estelle Dumout " publicité : les investissements dans l'internet repartent à la hausse "  
- ZD Net France Vendredi 6 Février 2004 : [www.abc-netMarketing.com](http://www.abc-netMarketing.com)

<sup>4</sup> - " comment faire la publicité sur internet : quelques chiffres": [www.modemploi.com](http://www.modemploi.com)

<sup>5</sup> - " Focus sur la publicité on line" : [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

<sup>6</sup> - " Internet: émancipation d'un média" : [www.nmg.lu/nmo/article](http://www.nmg.lu/nmo/article)

---

1999

" " 1

1997 ( 13)

(Renault)

(procter and gambel)

. 2 1997 ( 10 ) ( 1.6)  
:-2

(450 ) 1997

. 4 1998 ( 2) 3

(% 1.5 )

. 5 1998

(21) : ( IBM ) ( 25,5 ) : ( Microsoft) :

. 6 ( 8,2) :(General Motors) (8,8):( EXCITE)

( 12,2 ) 1998

7 1997 ( % 32 )

Internet Advertising ) – 1999

---

<sup>1</sup>- " Focus sur la publicité on line" : [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

<sup>2</sup>- " concept de l'efficacité de la publicité : des exemples éloquentes": [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

. 89 : . . :

-<sup>3</sup>

<sup>4</sup>- " concept de l'efficacité de la publicité : des exemples éloquentes": [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

<sup>5</sup>- " le marché américain de la publicité en ligne" : [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

<sup>6</sup>- " concept de l'efficacité de la publicité : des exemples éloquentes": [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

<sup>7</sup>- " comment faire la publicité sur internet : quelques chiffres" : [www.modemploi.com](http://www.modemploi.com)





1

( la Residence ) :

2

...

:

---

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص : 142 .  
<sup>2</sup> - محمد لعقاب : مجتمع الإعلام و المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 307 .

.

.

:

: -1

.

. " "

"

1 "

.

.

.

1999

1

(200)

:

:

-

:

-

:

-

- ( Games Ville.com)

1998

:

-

)

:

. <sup>2</sup> (...)

:

■

. <sup>3</sup> 1997

(53)

(YAHOO) :

---

<sup>1</sup> - Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p: 30 .

<sup>2</sup> - " la création de Revenus publicitaires" : www.abc-Net Marketing.com

<sup>3</sup> - محمد لعقاب : مجتمع الإعلام و المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 159 .

TFn ,RTL ) : : ■

" (CNN , le Monde...

( % 80) " : "

1

1997 ( CNN)

.<sup>2</sup> ( 14,45)

:

—

:

...

:

—

Rouges Allociné )

( et blancs

1998 ( AMAZON ) .

3

—

.<sup>4</sup> (22 ) 2000 —

:

—

:

■

(Wanadoo, AOL,Club Internet ) :

<sup>1</sup> - : . : 85 .

<sup>2</sup> - محمد لعقاب : مجتمع الإعلام و المعلومات ، م . س. ذ ، ص : 159 .

<sup>3</sup> - " la création de Revenus publicitaires" : [www.abc-Net Marketing.com](http://www.abc-Net Marketing.com)

<sup>4</sup> - بهاء شاهين : م . س. ذ ، ص : 173 .

---

(%20)

(AOL)

1

:

( AMAZON)

2

( Dégriktour - Casino on line )

3

2000

( 10 )

( 5)

1999

:

:

( PAP )

4 ( Multimanía , Deuxième Monde... )

.

5

:

- 3

---

<sup>1</sup> - " la création de Revenus publicitaires" : [www.abc-Net Marketing.com](http://www.abc-Net Marketing.com)

<sup>2</sup> - بهاء شاهین : م . س . ذ ، ص : 174 .

<sup>3</sup> - " la création de Revenus publicitaires" : [www.abc-Net Marketing.com](http://www.abc-Net Marketing.com)

<sup>4</sup> - Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p: 31 .

<sup>5</sup> - " Générer des revenus grace aux espaces communataires" : [www.abc-Net Marketing.com](http://www.abc-Net Marketing.com)

( TOYOTA )

( 152000 )

2

1999

( Sentra 2000 ) " 2000 "

2000

2000

<sup>1</sup> - محمد لعقاب : مجتمع الإعلام و المعلومات ، م . س . ذ ، ص : 157 .

<sup>2</sup> - " concept de l'efficacité de la publicité éloquentes " : [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

:  
 -  
 ( 25 % ) -

1 -

(TOYOTA)  
 (7329)  
 (TOYOTA ) (%5)

1998 ( peugeot)  
 2 ( 10)

:

<sup>1</sup> - طلعت أسعد عبد الحميد : م . س . ذ ، ص ص : 604 ، 606 .  
<sup>2</sup> - " concept de l'efficacité de la publicité éloquentes" : [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)



:  
 :  
 : -1  
 " : ( le Spamming )  
 1 "  
 ( ARIZONA )

2  
 1996

<sup>1</sup> - Francois -Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p: 237 .

<sup>2</sup> - " la pub par E-mail" : [www.modemploi.com](http://www.modemploi.com)

---

1

:

-2

-

\_"

"

( pop-up )

.

.

-

-

( pop-ups )

2

:

-3

...

.

---

<sup>1</sup> - حسن طاهر داود : م . س . ذ ، ص ص : 93 ، 94 .

<sup>2</sup> - Le journal : "les opérations bancaires en ligne menacées par un virus informatique " , QUOTIDIEN D'ORAN ,  
N° : 2889 , 01 juillet 2004 , p : 23 .

---

(Geocities)

" " 1998  
- ( Fédéral Trade Commission - FTC-)

—

1  
.

1999 ( Double ckick )  
( Abacus )

2  
.

:

.

:

:

**-1**  
"

3 "  
.

( )

---

<sup>1</sup> - Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p: 213 .

<sup>2</sup> - " Internet : émancipation d'un média " : [www.nmg.lu/NMO/article](http://www.nmg.lu/NMO/article)

<sup>3</sup> - " le positionnement payant : une pratique admissible mais encadrée " : [www.abc-NetMarketing. Com](http://www.abc-NetMarketing.Com)

" "

( Mark Nutritional Inc ) . (position Squatting )

(Body Solutions )

" " ( Kanoodle, Altavista, Find What, Overture )

2002

( 440 )

( Body Solutins )

.<sup>1</sup>

:

...

<sup>2</sup>

: -2

.

.

"

"

"

"

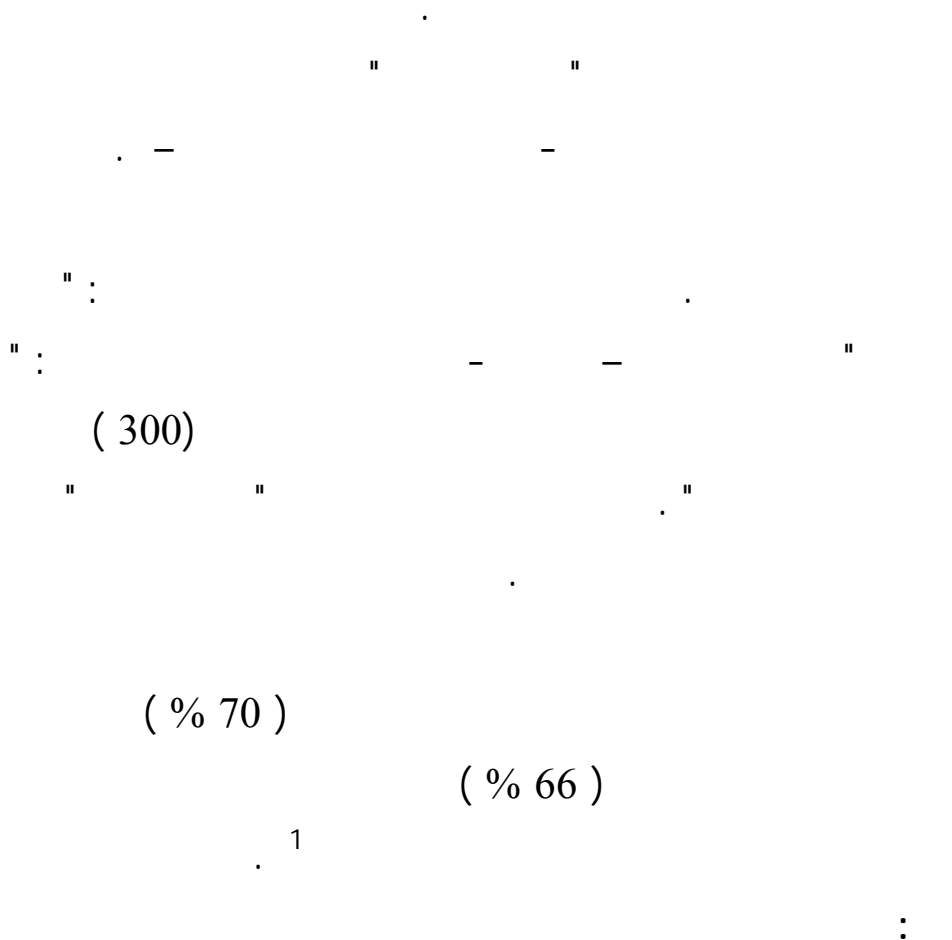
"

"

---

<sup>1</sup> - IBID .

<sup>2</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ، م . س . ذ ، ص : 163 .



Advertising on ) .  
( 25 ) ( 13 ) 1999 (the Internet

(... Burger King -Coke classic - Nike Pepsi ) :

2

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، م . س . ذ ، ص ص : 141 ، 142 .

<sup>2</sup> - [www.Supralogic.com/docs/publicité-sur-internet.doc](http://www.Supralogic.com/docs/publicité-sur-internet.doc)

---

---

•

•

:

—

•

```
" gif " :
```

1

" Rich média "

•

•

...( Sonores )

( bandeaux vidéo )

1

.

•

•

—

( 500000)

( % 40) (30) :

2

•

• • •

•

<sup>1</sup> - " Les coûts et les modes de tarification d'une campagne " : [www. abc-NetMarketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)

2- " le Miroir aux alouettes du financement publicitaire " : [www.abc-NetMarketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)

	:	-
	...	
( %20 )	(10)	
	1	
	.	
2	( %20 )	( 15 )
:		-2
.		
2000		
3		(% 20)
( Double click )		
( %30 )	( %25 )	2001
( Jupiter )	4	
	( % 30 )	
5		(% 5)

---

<sup>1</sup> - " concept de l'efficacité de la publicité : le ciblage":[www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

<sup>2</sup> - " les coûts et les modes de tarification d'une campagne" : [www.abc-NetMarketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)

<sup>3</sup> - " Internet: émancipation d'un média" : [www.nmg.lu/nmg/article](http://www.nmg.lu/nmg/article)

<sup>4</sup> - IBID .

<sup>5</sup> - " les annonceurs déçus par l'e- pub" : [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

.

:

:

-

2000 - 1999

1

.<sup>2</sup> ( % 5 ) ( 2 )

-

-

( bandeau )

.<sup>3</sup>

. ( click trough )

:

-

( % 70 ) ( 60 )

"

"

4

.

---

. 192 : . . . : -<sup>1</sup>

<sup>2</sup>- " les indicateurs de premier niveau clics et taux de clics " : [www.abc-Net Marketing.com](http://www.abc-Net Marketing.com)

<sup>3</sup>- IBID .

<sup>4</sup>- " le Miroir aux alouettes du financement publicitaire " : [www.abc-NetMarketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)



---

:

.

.

:

:

.

:

**-1**

:

-

( publicité clandestine)

(12)

"

" :

1"

" :

-

---

<sup>1</sup>- " le positionnement payant : une pratique admissible mais encadrée " :  
www.abc-NetMarketing. Com

( L.121.1 )

( L.121.9 )

1994 4

( Evin )

1991 10

4

...

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ، م . س . ذ ، ص : 221 .

<sup>2</sup> - " la défense de la marque victime de position squatting " : [www.abc-Net Marketing .com](http://www.abc-Net Marketing .com)

<sup>3</sup> - Serge GUINCHARD , Michèle HARICHAUX , Renaud DE TOURDONNET : Op.cit , p : 225 .

<sup>4</sup> - " le droit de la publicité sur internet " : [www.abc-Net Marketing .com](http://www.abc-Net Marketing .com)

---

1

-2

:

:

:

-

-

-

2

( ADV )

( Spam )

( ADV ADLT )

"

"

( Advertissement)

3

( Anti-Spam )

"

"

( SMS)

---

<sup>1</sup>- Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p : 219 .

<sup>2</sup>- عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الثاني : الحماية الجنائية لنظام التجارة الإلكترونية ، م . س . ذ ، ص : 62 .

<sup>3</sup>- " les conditions pour l'annonceur : comment acheter ou vendre de l'espace publicitaire en toute sécurité ? " : [www.modemploi.com](http://www.modemploi.com)

---

( 5000 )

. <sup>1</sup> ( 7200 )

—

( la commission nationale de l'informatique et des :

: libertés – CNIL -)

—

.

—

—

—

.

—

<sup>2</sup>

.

:

—

( online )

( offline )

1995

:

<sup>3</sup> "

.

"

---

<sup>1</sup> - Murielle cahin " l'actualité juridique du marketing internet " - decembre 2003-  
www.abc –Net Marketing.com

<sup>2</sup> - André BERTRAND, Thierry PIETTE COUDOL : Op .cit , pp : 82 , 83 .

<sup>3</sup> - Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p : 205 .

— " .  
(100.000) -(22-226 )

1"  
(28 )

"

"  
(300.000)  
2 (20-226)

. ( CNIL)  
3 .

2001 1: 1998

4 2001 (26)

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي : النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية : الكتاب الأول : نظام التجارة الإلكترونية و حمايتها مدنيا ،

م .س. ذ ، ص : 235 .  
<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص : 233 .

<sup>3</sup> - Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p : 210 .

<sup>4</sup> - " le droit de l'email marketing " : [www.abc-Net Marketing.com](http://www.abc-Net Marketing.com)

---

( TRUSTe )  
" " 1  
( panoranet ) " (Votre Vie Privée – VVP- )

– 1999 –  
" " ( VVP )

2  
:  
–

3

1993 29 : ( Sapin ) " "

4

---

<sup>1</sup>- Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p : 211 .

<sup>2</sup>- IBID , p : 213.

<sup>3</sup>- "les conditions pour l'annonceur comment acheter ou vendre de l'espace publicitaire en toute sécurité" :  
[www.modemploi.com](http://www.modemploi.com)

<sup>4</sup>- Richard CARLIER : Op .cit , p : 233 .

1

•

•

•

|| ||

•

—

---

•

---

•

|| ||

—

2

|| ||

2- " le cadre technique et déontologique de l'utilisation des cookies " : [www.abc-Net Marketing .com](http://www.abc-Net Marketing .com)

---

.

1 " "

( Internet Explorer ) ( Netscape communicator ) :

" "

2

: " -

**( platform for privacy preference -P3P )**

( ... )

( P3P )

( P3P )

3

: -

2004

---

<sup>1</sup>- IBID .

<sup>2</sup>- Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p : 214 .

<sup>3</sup>- IBID, pp :214 , 215 .



---

( POP-UP )

2004

"

"

1

:

-2

( Veda Sistema )

( Vodka )

( LIVIA )

(Nissan.com)

( Nissan )

(60 000)

( barnes& noble.com )

( 50 000 )

2

( eBay )

( 180)

(15)

3

( 153000 )

---

<sup>1</sup> - Le journal : " les Opérations bancaires en ligne menacées par un virus informatique " ,  
**QUOTIDIEN D'ORAN**, N°: 2889 , 01juillet 2004 , p : 23

<sup>2</sup> - Murielle Cahen : " l'actualité juridique du Marketing internet – Mai 2004- " :  
[www.abc-Net Marketing .com](http://www.abc-Net Marketing .com)

<sup>3</sup> - " l'actualité juridique de décembre de Murielle Cahen -17 janvier 2003 - " :  
[www.abc-NetMarketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)

---

( 250 )

( 50 )

1

" "

( CN productions )

1998

(AOL)

( 7 )

( AOL )

2

---

<sup>1</sup> - أسرة التحرير : " مكافأة لمكافحة الرسائل الإلكترونية الإعلانية " ، جريدة المستقبل ، العدد : 395 ، 20 سبتمبر 2004 ، ص : 19 .

<sup>2</sup> - " l'actualité juridique de décembre de Murielle Cahen -17 janvier 2003- " : [www.abc-NetMarketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)

---

:

.

.

.

:

.

.

(Rich média ) "

" :

---

1997

(JAVA,

( DHTML )

FLASH , SHOCK WAVE)

. ( interstitiels et superstitiels ) :

...

:

.

( )

(Rich Média )

<sup>1</sup>

:

: ( l'animation de démonstration )

-1

.

: ( le bandeau actualisé )

-2

...

:

: ( les bandeaux à impression )

-3

: ( les bandeaux à gratter )

-4

---

<sup>1</sup>- " le principe et les apports des formats Rich Média - 8 janvier 2003 " :  
[www.abc-Net Marketing .com](http://www.abc-Net Marketing .com)

---

1 1999  
: (les Shaped pop-ups ) " POP-UPS : " -5

— pop-ups —  
( pop-up )  
.  
( LOGO )  
( Shaped pop-up ) ( FLASH)  
. ( sonoree )  
( pop-up )  
( flash )  
2 ( Refresh ) "  
:( les emails videos ) -6

( flash )  
3  
: ( les bandeaux jeux ) -7  
( Rich – Média )

1999

:  
:  
-

(GOLF)

---

1 - " les bandeaux Java " : [www.abc-Net-Marketing.com](http://www.abc-Net-Marketing.com)

2 - " les Shaped pop-ups ou pop- ups détournées - 11 février 2003- " :  
[www.abc-Net-Marketing.com](http://www.abc-Net-Marketing.com)

3 - " les emails vidéo -7 octobre2003- " : [www.abc-Net-Marketing.com](http://www.abc-Net-Marketing.com)

---

(12000)

(9 ) (3)

:

:

1

: ( les bandeaux conversationnels ) -8

- ( chat) -

.

.

2

( Rich Media )

: ( les formats alternatifs )

: ( curseur ) -1

( comedy central)

( Kenny ) " " (Ben Stein )

---

<sup>1</sup>- " les bandeaux jeux" : [www.abc-Net-Marketing.com](http://www.abc-Net-Marketing.com)

<sup>2</sup>- " les bandeaux conversationnels " : [www.abc-Net-Marketing.com](http://www.abc-Net-Marketing.com)

---

( South park )

( virtual vineyards ) ( LYCOS )

( Vin ) " " :

. ( champagne ) " "

( Millward Brown Interactive )

. <sup>1</sup> ( % 97 )

: ( les traines de curseur) -2

(Bandafrutos )

. <sup>2</sup>

( logo )

: ( Fonds de page ) -3

( IBM )

2000

( le journal du Net )

---

<sup>1</sup> - " curseurs et traines de curseurs": [www.abc-Net-Marketing.com](http://www.abc-Net-Marketing.com)

<sup>2</sup> -  
IBID

---

1

: ( la page 404 ) 404 -1

: ( les Goodies) -2

:

2

: -3

"

3 "

---

<sup>1</sup> - " fonds de page" : [www.abc-Net-Marketing.com](http://www.abc-Net-Marketing.com)  
<sup>2</sup> - Richard CARLIER : Op .cit , p : 232 .  
<sup>3</sup> - Francois –Xavier HUSSHERR et autres : Op .cit , p :173 .



---

:

.

-

1

.

-

:

.

:

( multimédia )

" : ( Streaming ) "

:

.

2 "

...

-

.

- ... ( flash )

.

:

---

<sup>1</sup>- IBID, p :182 .

<sup>2</sup>- " Formes et coûts de la Net pub: le Streaming audio et vidéo" : [www.Bigben-pub.com](http://www.Bigben-pub.com)

:

•

( 30 )

11

<sup>2</sup>- " le Retraitement d'un spot TV pour diffusion sur internet -16 juin 2003 - " :  
www.abc –Net Marketing .com

---

( Intel )

1

: -2

( BMW )

2001

( The Hire ) "

( Films d'action )

( BMW )

(15 )

(14)

2003

2003

( Reebok)

( Terry Tate ) " : ( office linebacker )  
( Reebok)

---

<sup>1</sup> - " la Vidéo" : [www.abc-NetMarketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)

---

( 4 )      ( 3 )

.      ( Reebok )

( Reebok )

(2)

.      ( 13 )      ( Reebok )      2003

Audi )      2003      ( L'Audi A3 )

( France

( un Road movie ) "

.<sup>1</sup>

( 5 )

(TF1)

---

<sup>1</sup> - " Films publicitaires internet: exemples commentés - 29 juin 2003 - " :  
[www.abc-NetMarketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)



( )

( TF1)

. (JEUX)

( )



( )

( 5 )

(TF1)

---

:  
 :  
 : -1  
 (60×468 ) :  
 ( 330×750)  
 ( 350×500 )  
 1  
 : ( les webcams ou Netcams ) -2  
 " "  
 .  
 " "  
 .  
 ( Fridgcam ) " " ( Electrolux)  
 ( Lac d'annecy )  
 " " ( Electrolux )  
 Electrolux ) ( Bread cam )  
 ( Jacques Fournil ) . ( Baking  
 " "  
 .  
 1999 4 ( BMW )  
 (X5) (US)

---

<sup>1</sup> - " le Retraitement d'un spot TV pour diffusion sur internet -16 juin 2003 -" :  
[www.abc-NetMarketing.com](http://www.abc-NetMarketing.com)

---

: -3

( Royal canin )

. <sup>1</sup> ( canal web )

( SMS ) :

(SMS)

:

: " " -1

( URL ) — —

.

: -2

( SMS )

.

<sup>2</sup>

.

---

<sup>1</sup> - " la vidéo - 27 decembre 2002-" : [www.abc-Net Marketing .com](http://www.abc-Net Marketing .com)

<sup>2</sup> - " l'utilisation marketing des services d'envois gratuits de SMS-18 decembre 2002- " :  
[www.abc-Net Marketing .com](http://www.abc-Net Marketing .com)

⋮

⋮

...

...

.

⋮

.

.

.

.

...

.



تحليل المعطيات

نتائج البحث

الخاتمة

---

:

.

.

:

.

.

:

:

**-1**

-

.

-

.

-

.

-

.

-

.

.

:

**-2**

-

.

.

-

.

-

.

-

:

**-3**

-

.

-

. . . . .

:

.

-

.

-

:

**- 4**

-

(

)

.

-

.

	:	-5
.		-
.		-
.		-
.		-

	:	-6
		-
(... )		
...	:	
		...
		-
.		
:		
.		-
.		
	:	
		■

•

•



.

•

■

• (

)



• (

)

—

.

•

•

■

■



■

•

—

•

• • • •

...

.

---

: -7

.

.

.

: -8

: -

.... :

:

....

: -

.

.

.

: -9

---

.

.

...

.

:

.

:

**-10**

...

.

...

.

.

...

---

⋮

⋮

-1

.

.

-2

.

....

-3

.

( )

.

. "

" :



---

-4

-5

( pull et push )

-6

-7

:

: ( )

-

:

-

:

-

:

-

"

"

"

"

-8

( actualiser )

.

:

...

:

.

. (SMS )

.

---

⋮

...

.

...

⋮

.

—

.

— ...

.

.

.

.

.

.

.

.

.

⋮

...

.

.

—

.

—

.

—

—

.



：	
·	-1
· 1996 ·	
· ( ) · ( ) · ( )	-2
· 2000 ·	
·	-3
· 2000 ·	
：	-4
· 2002 · ( . ) ( . )	21
·	-5
- - :	
· 1999·	
: INTERNET	-6
· 1996 · ( . )	
·	-7
· 2003 ·	



. ( ) . ( )	-8
. 2001.	
:	-9
:	
. 2002 .	
:	-10
:	
. 2002 .	
:	-11
. 1999 .	
:	-12
. 1999 .	
:	-13
. 2001 .	
:	-14
:	
. 1998 .	
. ( ) . ( )	-15
. 2001 .	

. 2002 / 2001.	-16
: . 1999.	-17
: . 2000 .	-18
: . 1997.	-19
: . 2000.	-20
: . ( ) ( ) . 1998 .	- 21
: . 1999 .	-22
: . 1997. ( . ) ( . )	-23
: . 1997. ( . )	-24

：	·	-25
	)	
	· 2001.	(
/ 2002 .	·	- 26
		· 2003
·	· ( )	· ( )
· 2000 .		-27
：	·	-28
	· ( . ) .	
" "	· ( )	· ( )
· 2001.		-29
		:
	·	-30
	· 1999 .	
·	·	- 31
		· 2001
	·	- 32
· 2001.		
：	·	-33
	· 1999 .	

.	-34
. 2000 .	
.	-35
. ( . ) .	
.	-36
. 1998 .	
.	-37
. 1999.	
:	-38
. 2001.	



---

:

. . 2004 30 : 1252 : -1

. . 2004 08 : 24 : -2

. . 2004 15 : 30 : -3

. . 2003 02 : 3873 : -4

. . 2004 25 : 4070 : -5

. . 2004 08 : 4238 : -6

. . 2004 16 : 1197 : -7

. . 2004 20 : 395 : -8

:

: . -1

—

- CERIST

. 2002 / 2001 .

. -2

. 2001.

---

:

: ( : ) -1  
. 1979 .

. ( : ) -2  
: - - :  
. 1994 . -

: . -3  
- :  
. 1995 .

: -4  
. 1978 .

:

. -

. . 2004 19 :

---

:

- 1- AMEREIN , (P) . BARCZYK , (D) . EVRARD , (R . et autres .  
**Marketing Stratégies et pratiques** , Agnès Fieux . 2000 .
- 2- AMIS , (Stéphane) . BONNET , (Christophe) . GRANGE ,  
(Benjamin) . **Performance Web : les Six règles D'or** , Village  
Mondial , Paris . 2000 .
- 3- BALLE , Francis . **Média et Société** , 9<sup>e</sup> édition ,  
Montchrestien , Paris . 1999 .
- 4- BERTRAND , ( André) . PIETTE COUDOL , (Thierry) .  
**Internet et le droit** , 1<sup>e</sup> édition , éditions DAHLAB , Alger .1999.
- 5- CARLIER , Richard . **Profession Web Master** , Village  
Mondial , Paris . 2000 .
- 6- CATNELAT , (Bernard ) . CADET ,( André) . **Publicité et  
Société** , petite Bibliothèque , Paris . ( S.D ) .
- 7- DACHEUX , Eric . **Associations et communication :  
Critique du Marketing** , CNRS éditions , Paris .1998 .
- 8- DECAUDIN , Jean- Marc . **la communication Marketing :  
concept , Techniques Stratégies** , 2<sup>e</sup> édition , Economica ,Paris.  
1999 .
- 9- DE RAUGLAUDRE , pierre . **Internet Explorer : Internet  
Mail – Internet News – Net Meeting** , Dunod , Paris .1997 .

---

**10- DESMET ,( pierre) . ZEYL ,( Alfred) . le CD- Rom porte du multimédia pour le Marketing , Economica , Paris .1997.**

**11- GUINCHARD , ( Serge) . HARICHAUX , ( Michèle) . deTOURDONNET , (Renaud ) . Internet pour le droit: connexion – Recherche - droit , 2<sup>e</sup> édition , Montchrestien, Paris . 2001 .**

**12- HERVIVER , Guy . le commerce électronique : vendre en ligne et Optimiser ses achats , Editions d'organisation , Paris . 2001 .**

**13- HUSSHERR , François – Xavier . et autres , la publicité sur Internet : comment tirer parti efficacement de l'e - pub , ( fonctions de l'entreprise : série Marketing communication : ouvrage collectif de l'IAB coordonné par François – xavier HUSSHER ) , Dunod , Paris .1999 .**

**14- KOTLER , philip. et autres . L'Art du Marketing : concepts et pratique du Marketing par les grands spécialistes internationaux , traduction : translations - paris , Editions Village Mondial , paris . 1999 .**

**15- LEVINE ,( Rick) . LOCKE , (christopher ). SEARLS ,(doc) . et autres . Liberté pour le Net , traduction : Marie - France Pavillet et Valérie lavoyer , Village Mondial , paris . 2001 .**

:

**1- Journal EL watan , N° : 4086 , 04 Mai 2004 , Algérie .**

**2- Journal Le quotidien d'Oran , N°: 2889, 01 Juillet 2004, Algérie .**

**3- Journal Le quotidien d'Oran , N°: 3068 , 31 Janvier 2005, Algérie .**



---

4- Journal **Le quotidien d'Oran** , N °: 3102, 12 Mars 2005,  
Algérie

:

- Ministère de l'économie des finances et de l'industrie ( France ) .  
**la Nouvelle donne du commerce électronique** ( collection  
Etudes , Rapport de la Mission commerce électronique ,  
présidé par Francis LORENTIZ) , les éditions de BERCY ,  
paris . mars 1999 .

:

- 1- HTTP: // WWW. Mondiploar.com /  
Date de connexion : 08/02/2002    à : 11h .
- 2- [WWW.modemploi](http://WWW.modemploi.Com) . Com  
Date de connexion : 10/02/2002    à : 13 h .
- 3- WWW. Bigben- pub.com  
Date de connexion : 06/03/2002    à : 14 h .
- 4- WWW.n m g.LU/NMO/ARTICLE.hSF/  
Date de connexion : 24/09/2002    à :15 h .
- 5- hTTTP: // banners . noticiasdot . com/ Termometro/ boletines/  
docs/  
Date de connexion : 26/04/2004    à : 11 h .
- 6- WWW. Supralogic.com / docs / publicité- sur- internet.doc  
Date de connexion : 07/06 /2004    à : 10 h .
- 7- [WWW.Ibelgique.Ifrance.com/](http://WWW.Ibelgique.Ifrance.com/) a- pub/  
Date de connexion : 13/06/2004    à : 10 h .
- 8- WWW.ABC–NetMarketing.com/  
Date de connexion : 20/08/2004    à : 16 h .

01

33 : -

36 : -

37 : .

44 : .

53 : .

58 : -

59 : .

77 : .

89 : -

90 : .

94 : .

97 : .

100 :

102 : -

103 : .

106 : .

---

113	:	-
114	:	.
128	:	.
140	:	.
165	:	-
165	:	.
172	:	.
178	:	
180	:	-
181	:	.
184	:	.
207	:	.
216	:	-
216	:	.
226	:	.
235	:	.
242	:	-
242	:	.
249	:	.

---

256	:	
258	:	-
258	:	.
260	:	.
273	:	-
273	:	.
284	:	.
293	:	.
303	:	-
303	:	.
309	:	.
318		
324		
328		
332		
342		

186	(IAB)	01

65		01
104	:	02
187	(IAB)	03

---

188	( ) ( )	01
190	(CANON)	02
194		03
197	(NOKIA)	04
313	(TF1)	05